

Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	vii
Modul 01	1.1
Pemasaran Sosial: Suatu Pengantar	
Kegiatan Belajar 1	1.6
Perkembangan Pemasaran Sosial	
Kegiatan Belajar 2	1.22
Aspek-aspek dalam Pemasaran Sosial	
Modul 02	2.1
Analisis Lingkungan Pasar	
Kegiatan Belajar 1	2.4
Pasar	
Kegiatan Belajar 2	2.15
Pemetaan Lingkungan	
Modul 03	3.1
Segmenting, Targeting, dan Positioning	
Kegiatan Belajar 1	3.5
Segmentasi Pasar Pengantar	
Kegiatan Belajar 2	3.20
Penentuan Pasar Sasaran	
Kegiatan Belajar 3	3.28
Positioning	

Modul 04	4.1
Siklus Hidup Produk	
Kegiatan Belajar 1	4.4
Tahapan Siklus Hidup Produk	
Kegiatan Belajar 2	4.17
Strategi untuk Mempertahankan Produk	
Modul 05	5.1
Analisis Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 1	5.5
Pengertian dan Tipe-tipe Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 2	5.16
Proses Pengambilan Keputusan Membeli dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi	
Modul 06	6.1
Komunikasi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 1	6.4
Komunikasi Pemasaran Sosial	
Kegiatan Belajar 2	6.19
Strategi Periklanan	
Kegiatan Belajar 3	6.31
Promosi Penawaran	
Kegiatan Belajar 4	6.39
Hubungan Masyarakat	

Tinjauan Mata Kuliah

Modul 07

Saluran Pemasaran

7.1

Kegiatan Belajar 1

Jenis-jenis Saluran Pemasaran

7.5

Kegiatan Belajar 2

Memilih Saluran Pemasaran

7.21

Modul 08

Penelitian Pemasaran Sosial

8.1

Kegiatan Belajar 1

Pengertian dan Lingkup Penelitian Pemasaran Sosial

8.5

Kegiatan Belajar 2

Ragam Penelitian Pemasaran Sosial

8.21

Modul 09

Evaluasi Program Pemasaran Sosial

9.1

Kegiatan Belajar 1

Proses Evaluasi dalam Pemasaran Sosial

9.5

Kegiatan Belajar 2

Audit Pemasaran Sosial

9.18

Riwayat Penulis

9.39