

Deskripsi Modul Manajemen Pemasaran

| | |
|---|--|
| Nama Modul | Modul Mata Kuliah |
| Level Program Studi | Sarjana Kesehatan Masyarakat |
| Kode Mata Kuliah | 343K1122 |
| Sub Judul, Jika Ada | - |
| Nama Mata Kuliah | Manajemen Pemasaran |
| Disajikan pada Semester | IV |
| Penganggung Jawab Mata Kuliah | Prof. Dr. Darmawansyah, SE, MS |
| Tim Pengajar | 1. Prof. Dr. H. Indar, SH, MPH 2. Muh. Yusri Abadi, SKM, M.Kes 3. Suci Rahmadani, SKM, M.Kes 4. ST. Rosmanely, SKM, M.KM |
| Bahasa | Bahasa Indonesia |
| Kaitan dengan Kurikulum | Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib peminatan yang ditawarkan pada semester 4 |
| Metode Pembelajaran, | Metode pengajaran yang digunakan dalam mata kuliah ini adalah: 1. Ceramah (diskusi kelompok kecil, <i>Role-Play and Simulation</i>) 2. Tugas terstruktur (studi kasus) |
| Jumlah Jam Pembelajaran | Ukuran kelas untuk kuliah adalah sekitar 50 siswa Jam kontak untuk kuliah adalah 23 jam, penugasan 28 jam untuk tugas terstruktur, dan 28 jam untuk pembelajaran mandiri |
| Beban Mata Kuliah | Untuk mata kuliah ini, mahasiswa diwajibkan untuk memenuhi minimal 79 jam dalam satu semester, yang terdiri dari: - 23 jam untuk kuliah, - 28 jam untuk tugas terstruktur, - 28 jam untuk belajar mandiri, |
| Jumlah SKS | 2 SKS (Setara dengan 3.6 ECTS) |
| Persyaratan mengikuti ujian | - Kehadiran kurang dari 80% materi, tidak memenuhi syarat untuk mengikuti ujian akhir - Menyelesaikan semua tugas dan materi kuliah, sebelum ujian tengah dan akhir semester |
| Mata kuliah yang dipersyaratkan sebelum mengikuti mata kuliah ini | Tidak Ada |
| Tujuan/Capaian Pembelajaran | Setelah menyelesaikan matakuliah Manajemen Pemasaran diharapkan mahasiswa: Keterampilan Khusus (KK 3) : CPMK 1 → Mahasiswa mampu menjelaskan konsep strategi pemasaran (segmentasi pasar, targetting dan positioning) CPMK 2 → Mahasiswa mampu menjelaskan bauran pemasaran, implementasi pemasaran Keterampilan Khusus (KK 2) : CPMK 3 → Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi Perencanaan pemasaran. |

| | |
|--|---|
| Bahan Kajian | <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep dasar strategi pemasaran 2. Market Segmentation 3. Market Targetting 4. Market Positioning 5. Bauran Pemasaran 6. Teori audit pemasaran, perencanaan pemasaran 7. Teori implementasi pemasaran serta kontrol pemasaran |
| Bobot dan item penilaian | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penugasan terstruktur (Kuis, studi kasus, tinjauan pustaka): 20% 2. Presentasi individu dan kelompok (Paper dan presentasi) : 35% 3. Penilaian hasil Mid dan Final Test: 30% 4. Kehadiran dan partisipasi dalam kelas: 10% |
| Persyaratan mengikuti kuliah, ujian dan bentuk ujian | <p>Persyaratan mengikuti kuliah dan ujian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berpakaian rapi dan formal - Hadir 15 menit sebelum kelas dimulai - Mematikan semua perangkat elektronik - Menginformasikan kepada dosen apabila tidak mengikuti perkuliahan karena sakit, dan alasan lainnya - Menyerahkan semua penugasan sebelum batas waktu - Mengikuti ujian untuk mendapatkan nilai akhir <p>Bentuk dan soal ujian: Ujian tertulis: pilihan ganda untuk mengukur capaian pembelajaran mata kuliah</p> |
| Media pembelajaran yang digunakan | <p>Kuliah dan presentasi: slide, video, papan tulis/link zoom Role-Play and Simulation : Script Role play and simulation Studi Kasus : Lembar studi kasus</p> |
| Referensi dan daftar bacaan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Zebua, M. 2018. Pemasaran Produk Jasa Kesehatan. Deepublish. 2. Darmawansyah. Manajemen Pemasaran Pelayanan Kesehatan. Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan FKM Unhas. Makassar 3. Kotler P., Keller K.L. 2008. Marketing Management., 13 Ed. Singapore: Prentice Hall, Pearson Education International. 4. Supriyanto S. 2007. Manajemen Pemasaran Rumah Sakit. Pascasarjana. Program Studi AKK. FKM Universitas Airlangga. Surabaya 5. Tung Desen Waringin. 2008. Marketing Revolution. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta 6. Supriyanto dan Ernawati. 2010. Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Andi Offset. Yogyakarta 7. Philip Kotler, Gary Armstrong. (1996). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Prentice Hall 8. http://www.who.int/buletin/en (gratis) 9. http://highwire.stanford.edu/lists/devecon.dtl (gratis untuk artikel tertentu bagi pengakses di negara berkembang) 10. http://bmj.bmjournals.com (gratis untuk artikel tertentu bagi pengakses di negara berkembang) 11. http://scholar.google.com |

Penilaian Hasil Capaian Mata Kuliah

| | |
|-------------------------------------|---|
| Nama mata kuliah | : Manajemen Pemasaran |
| Kode mata kuliah | : 343K1122 |
| Semester | : IV |
| Penanggung jawab mata kuliah | : Prof. Dr. Darmawansyah, SE, MS |
| Tim pengajar | : 1. Prof. Dr. H. Indar, SH, MPH 2. Muh. Yusri Abadi, SKM, M.Kes 3. Suci Rahmadani, SKM, M.Kes 4. ST. Rosmanely, SKM, M.KM |

| Capaian Pembelajaran yang dibebankan Prodi | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | Jenis Penilaian | Rubrik Penilaian |
|---|--|---|---|
| <p>KETERAMPILAN KHUSUS 3: Mampu menunjukkan komunikasi efektif dalam pelayanan dan diseminasi informasi kesehatan masyarakat</p> | <p>CPMK1: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep strategi pemasaran (segmentasi pasar, targetting dan positioning) CPMK2: mampu menjelaskan bauran pemasaran, implementasi pemasaran</p> | <p>Penugasan tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertanyaan pilihan ganda • Summary <p>Ujian tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mid-test | <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik penilaian tatap muka • Rubrik partisipasi kelas |
| <p>KETERAMPILAN KHUSUS 2: Mampu menerapkan perencanaan dan kebijakan dalam penyusunan program kesehatan masyarakat</p> | <p>CPMK3: menjelaskan dan mengidentifikasi Perencanaan pemasaran</p> | <p>Penugasan tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertanyaan pilihan ganda • Summary <p>Ujian tertulis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Final Test | <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik penilaian tatap muka • Rubrik partisipasi kelas |

Contoh Soal Ujian Tertulis

Contoh soal dalam bentuk pilihan ganda untuk mengukur CPMK-1, CPMK-2, dan CPMK-3 pada mata kuliah Manajemen Pemasaran, sebagai berikut:

1. Mengenali basis untuk membuat segmentasi dan mengembangkan profil dari segmen yang dihasilkan merupakan kegiatan.....dalam pemasaran terarah
 - a. Marketing mix
 - b. Segmentasi
 - c. Pentargetan
 - d. Pemosisian
 - e. Reposisi

2. Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, memilih pelanggan sasaran, serta menetapkan bauran pemasaran yang sesuai merupakan contoh implementasi fungsi perencanaan manajemen diri....
 - a. Takti
 - b. Sasaran
 - c. Strategi
 - d. Tujuan

3. Pengujian pasar sebagai salah satu tahap dalam pengembangan produk baru dianggap sangat penting karena dapat....
 - a. Mengurangi kerugian finansial dari produk lain
 - b. Menghindari pemutusan hubungan kerja karyawan
 - c. Memastikan keberhasilan suatu produk baru dimasa mendatang
 - d. Mengukur reaksi dan dukungan konsumen di daerah pasar tertentu terhadap produk baru dan program pemasaran perusahaan