

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA INDONESIA

KWIK KIAN GIE

Laporan Realiasi

Referensi : PRN2015-01/1050-2768

Kode / Nama Universitas	: 39009 - Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Hari	:Rabu
Program Studi	: S1 - Manajemen	Kelas	:A
Periode	: 2021/2022 - Ganjil	Ruang	:2.10
Kode>Nama Mata Kuliah	: MPB-709M - PEMASARAN STRATEGIK	Waktu	:10:00 - 13:00
Nama Pengajar/Dosen	: 0051 - Dr. Tony Sitinjak, M.M.	Jml Mhs	:53

No	Tanggal	Materi/Topik Kuliah Perpertemuan	Verifikasi Mahasiswa	Jumlah hadir
1	2021-10-06	1. Point of different of Pemasaran strategik dan Manajemen Pemasaran 2. Karakteristik Market Driven Strategy 3. Klasifikasi Kapabilitas 4. Menciptakan nilai bagi pelanggan 5. Becoming Customer dri		48
2	2021-10-13	1. Hakikat strategi menurut Mintzberg, White, alasan-alasan diperlukannya strategi, dan karakteristik strategi yang sukses 2. Strategi korporasi, strategi bisnis, strategi pemasaran, proses pemasar		52
3	2021-10-23	Sistem Bisnis di Pasar, Arena, Advantage, Akses, Activities, Adapt		47
4	2021-10-27	1. Pasar dan strategi 2. Opportunities Outside the Competitive Box 3. Definisi dan analisis Pasar Produk 4. Ruang persaingan, dan , analisis persaingan 5. Persaingan Industri		50
5	2021-11-03	1. Segmentasi dan market driven strategy 2. identifikasi segmen pasar, pembentukan segmentasi 3. Memilih strategi segmentasi		48
6	2021-11-10	1. Strategi target pasar 2. Target pasar untuk lingkungan pasar spesifik 3. strategi positioning		51
7	2021-11-17	Review dan Quiz		51
8	2021-11-30	UJIAN TENGAH SEMESTER		
9	2021-12-08	1. Inovasi dan proses customer driven 2. Klasifikasi dan tipe inovasi 3. Perencanaan Produk baru 4. Pengembangan Budaya dan strategi Inovasi 5. Pengembangan proses produk baru		50
10	2021-12-15	1. Konsep evaluasi rencana produk baru 2. Analisis Bisnis produk baru 3. Keputusan Strategi pemasaran produk baru 4. Rencana pemasaran produk baru		49
11	2022-01-05	1. Manajemen strategi merek, Peranan Merek strategik, Tantangan membangun merek yang kuat, 2. analisis merek strategik, menyelusuri kinerja merek, analisis kinerja produk.		49
12	2022-01-12	1. Analisis Positioning merek, ekuitas merek, strategik identitas merek. 2. strategi mengelola portfolio merek, penguatan merek, strategi pengembangan merek, perluasan merek, merek internet		48
13	2022-01-19	1. Strategi, struktur Rantai nilai 2. Aktivitas nilai tambah 3. Saluran Jasa, strategi dan pemilihan saluran 4. Tipe saluran, intensitas distribusi, konfigurasi, peta saluran, perubahan strategi s		53

14	2022-01-26	1. Memilih dan merubah strategi saluran 2. Mengelola saluran, kepemimpinan saluran, struktur, sistem saluran 3. Saluran ganda, konflik saluran dan kinerja saluran		53
15	2022-02-02	Review & Quiz		48
16	2022-02-15	UJIAN AKHIR SEMESTER		

Jakarta, 24-Feb-2022

Disetujui Oleh Korbid/KaProgdi

Dibuat Oleh,

(.....)

Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*Laporan ini dicetak sesuai dengan data sebenarnya melalui sistem aplikasi komputer