

RENCANA PROGRAM & KEGIATAN PEMBELAJARAN SEMESTER (RPKPS)

Nama Mata Kuliah : **Pemasaran Internasional**
 Kode Mata Kuliah : IAB4248
 Beban sks : 3 sks

(1) Minggu ke	(2) Materi Pembelajaran	(3) Bentuk Pembelajaran	(4) Kemampuan Akhir yang Diharapkan	(5) Kriteria Penilaian	(6) Bobot Nilai
1	Pendahuluan	Penjelasan tentang tujuan umum, tujuan khusus kuliah, materi kuliah, makalah, metode kuliah, evaluasi dan referensi.	Mahasiswa mampu : 1. Memahami & menjelaskan pengertian, ruang lingkup pemasaran internasional. 2. Memahami & menjelaskan segmentasi, target dan posisi pasar serta lingkungan makro, yang mempengaruhi dalam pemasaran internasional. 3. Memahami & menjelaskan peranan pemerintah/negara dan lembaga internasional dalam pemasaran internasional. 4. Memahami & menjelaskan analisis persaingan, kemitraan & kerjasama strategis dalam pemasaran internasional. 5. Memahami & menjelaskan pemasaran internet dalam pemasaran internasional. 6. Mempresentasikan berbagai aspek dalam pemasaran internasional dalam kegiatan diskusi sesuai pokok bahasan	Lihat di bawah	Lihat di bawah
2	Segmentasi, Target dan Posisi Pasar Produk/Jasa Pasar Internasional.	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang segmentasi, target dan posisi pasar produk/jasa dalam pemasaran internasional	Lihat di bawah	Lihat di bawah
3	Produk/Jasa dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang produk/jasa yang dipasarkan dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
4	Harga Produk/Jasa dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang harga produk/jasa yang ditetapkan dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
5	Promosi Produk/Jasa dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang promosi pemasaran produk dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
6	Saluran Distribusi Pemasaran Produk Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang saluran distribusi pemasaran produk dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
7	UJIAN TENGAH SEMESTER				
8	Lingkungan Politik dan Hukum dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pengaruh lingkungan politik dan hukum dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
9	Lingkungan Ekonomi dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang lingkungan ekonomi dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
10	Lingkungan Sosial Budaya dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengaruh lingkungan sosial budaya dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
11	Lingkungan Keuangan / Finansial dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pengaruh lingkungan keuangan/finansial dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
12	Lingkungan Teknologi dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pengaruh lingkungan teknologi dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
13	Peranan Pemerintah/ Negara dan Lembaga Internasional dalam Pemasaran Internasional	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peranan pemerintah/negara dan lembaga internasional (seperti WTO, ILO,PBB,IMF,Bank Dunia, dll) dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14	Pemasaran Internasional melalui internet	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pemasaran internasional melalui internet.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
15	Analisis Persaingan, Kerjasama dan Kemitraan dalam Pemasaran Internasional.	Diskusi makalah yang disampaikan oleh mahasiswa	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang analisis persaingan, kerjasama dan kemitraan dalam pemasaran internasional.	Lihat di bawah	Lihat di bawah
16	UJIAN AKHIR SEMESTER				

Evaluasi :

Kegiatan Terstruktur	25 % (Aktivitas Kuliah, Makalah & Diskusi,Tugas)
Ujian Tengah Semester	25 %
Ujian Akhir Semester	50 %

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Fauzi Dh. **Pemasaran Internasional**.Buku Ajar. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang. 2006.

Kartadjoemena.H.S. **GATT, WTO dan Hasil Uruguay Round**.Cetakan Kedua. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press). Jakarta. 1998.

Keegan,Warren J. **Global Marketing Management**. Fifth Edition. Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey. 1995.

Journal of Marketing dan bahan lain yang disiapkan oleh dosen.