**SILABUS PRAKTIKUM PEMASARAN**

**Kode Mata Kuliah :**

**Nama Mata Kuliah : Praktikum Pemasaran**

**Bobot SKS : 3 sks**

**Sifat : Pilihan**

**Semester : 6**

1. **Learning Outcomes**

Praktikum pemasaran jasa ini merupakan bagian integral dari mata kuliah pemasaran jasa, sehingga materi buku ini merupakan aplikasi dari teori yang sudah diberikan dalam mata kuliah pemasaran jasa. Praktikum ini diselenggarakan dalam rangka memberikan latihan keterampilan dan pengalaman kepada mahasiswa dalam membuat dan mengelola bisnis jasa.

1. **Topik Inti**
2. Membina Hubungan Dengan Konsumen
3. Posisi Produk
4. Penciptaan Produk Baru
5. Blue Print Produk
6. Bukti Fisik Produk
7. Promosi
8. Penetapan Harga Produk
9. Membuat media Pemasaran Produk
10. **Keterkaitan dengan Mata Kuliah Lainnya (Pre-Requisite & Co-Requisite)**

Mata kuliah ini sangat mempunyai keterkaitan dengan mata kuliah dasar – dasar pemasaran, manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

1. **Kegiatan Penunjang**

Praktikum lapangan

1. **Referensi**
2. Herry Sutanto dan Khaerul Umam.2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Cet-1. Pustaka Setia.
3. Sofjan Assauri, 2013. *Manajemen Pemasaran.* Cet-1:Rajawali Press.
4. Daryanto.2013. *Manajemen pemasaran*.bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
5. Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid I dan II, Edisi Ke sebelas*, Jakarta: PT Indeks.
6. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ dan Gary Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I, II*, Jakarta : Penerbit Erlangga
7. Perreault, Jr. William D. and E. Jerome McCarthy. 1999. *Basic Marketing: A Global Management Approach*. 13th Edition. Boston: McGraw Hill.
8. Sri Suprapti dan Giantari, 2014. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Denpasar : UPT Udayana
9. Suparyanto.Rw dan Rosad.2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
10. Setiyaningrum Ari. Dkk.2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
11. **Kriteria Penilaian**
12. Kehadiran : 15%
13. Praktikum : 30%
14. UTS : 25%
15. UAS : 25%