STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI: MAGISTER MANAJEMEN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah	Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)	Semester	Tgl Penyusunan
PEMASARAN INTERNASIONAL	MM 033A	Mata Kuliah Peminatan	3	3	02 Agustus 2021

OTORISASI	Dosen Pengampu	Koordinator RMK	Kaprodi
	 (Dr. Uswatun Chasanah, S.E., M.Si)	 (Dr. Uswatun Chasanah, S.E., M.Si)	 (Dr. Priyastiwi, S.E., M.Si., Ak., CA.)

Capaian Pembelajaran (CP)	CP PRODI	
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.
	S10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.
	S12	Bersikap adaptif terhadap terhadap perubahan dan perkembangan global melalui informasi dan teknologi.
	PP3	Mampu menghasilkan model dasar, strategi, dan atau metode yang inovatif dan unggul dalam manajemen.
	PP7	Mampu memimpin dan mengembangkan berbagai jenis dan jenjang organisasi melalui pengetahuan dan penguasaan konsep manajemen.
	KU5	Mampu mengambil keputusan dalam konteks menyelesaikan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora berdasarkan kajian analisis atau eksperimental terhadap informasi dan data.
	KU10	Mampu beradaptasi, bekerja sama, berkreasi, berkontribusi, dan berinovasi dalam menerapkan ilmu pengetahuan pada kehidupan bermasyarakat serta berperan sebagai warga dunia yang berwawasan global.
	KK2	Mampu merancang perencanaan dan pengembangan model-model pengelolaan untuk berbagai jenis dan

		jenjang organisasi.
	KK3	Mampu memecahkan permasalahan dalam mengelola penyelenggaraan organisasi melalui pendekatan interdisiplin dan atau multidisiplin.
	CP-MK	
	M1	Menguasai konsep tentang pemasaran internasional secara komprehensif.
	M2	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis tentang manajemen dan strategi pada pemasaran internasional.
	M3	Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus komprehensif yang terkait dengan pemasaran internasional.
	M4	Mahasiswa mampu menerapkan dan mengembangkan konsep pemasaran internasional.
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bertujuan membahas tentang proses pemasaran global dan tantangan-tantangan yang dihadapi pemasar internasional dalam mencari kesempatan untuk berkembang di negara lain, memahami bagaimana memasuki pasar internasional dengan memahami aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum dunia.	
Mata Kuliah Prasyarat	MANAJEMEN PEMASARAN	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Introduction 2. Global Trade 3. Social & Cultural Environment 4. The Political & Legal Environment 5. Segmenting, Targeting & Positioning 6. International Marketing Strategy 7. Processes & Strategies to Enter The International Marketplace 8. Global Resource Strategy 9. Strategy & Product Development Policies 10. Strategy & Product Development Policies 11. Pricing Strategy in International Marketing 12. Marketing Communications with Global Consumers 13. International Marketing Operations 14. International Marketing & Internet	
Tim *Teaching*	Dr. Uswatun Chasanah, S.E., M.Si Dr. Jazuli Akhmad, M.M Dr. Suci Utami Wikaningtyas, M.M	
Referensi	**Utama:** 1. Keegan, Warren J.,& Mark.C. Green. 2012. Global Marketing, Seventh Edition, Prentice Hall, New Jersey (KEE). 2. Tjiptono, Fandi. 2013. Pemasaran Internasional dan Internasionalisasi, Yogyakarta:Penerbit Andi (TJI). 3. Puspita Zahra, M., & Chasanah, U. (2023). Pengaruh Komunitas Fandom Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Irasional Dengan Minat Beli Dan Kesediaan Membayar Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus: Pembelian Album dan Merch Penggemar Grup Exo di Twitter. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper STIE Widya Wiwaha*, *1*(1), 288–303. Retrieved from https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/semnas/article/view/646 4. Chasanah, U., & Kurniyawati, V. (2022). PENGARUH JKT48 DAN BCL SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN	

BRAND IMAGE XIAOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI YOGYAKARTA. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH), 5*(1), 105-114. doi:https://doi.org/10.31328/ciastech.v5i1.4282

5. Uswatun Chasanah, & Muhammad Mathori. (2021). IMPULSIVE BUYING: A STUDY OF SALES PROMOTION, LIFESTYLE, AND SUBJECTIVE NORMS IN MARKETPLACES IN YOGYAKARTA. *JRMSI - Indonesian Journal of Science Management Research*, *12*(2), 231–255. https://doi.org/10.21009/JRMSI.012.2.03
6. Wikaningtyas , S. U., Haq , M. B., Muhammadare , W., & Yudiawati, H. (2023). ISLAMIC SPIRITUAL PERSPECTIVE: MARKETING 4.0 STRATEGY FOR MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper STIE Widya Wiwaha*, *2*(1), 201–212. Retrieved from https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/semnas/article/view/915

Pendukung:

Disamping buku teks utama, mahasiswa juga akan diminta untuk membaca buku teks lain yang relevan dan beberapa referensi atau artikel lain dari jurnal atau media online yang akan diinformasikan di kelas.

Kegiatan Belajar

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan (Sub CP-MK)	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai	Referensi
1	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis tentang konsep pemasaran global secara komprehensif	- Perkenalan Rancangan Pembelajaran**.** - Sejarah Perdagangan - Internasional dalam konteks Indonesia - Evolusi Pemasaran Global	- Penjelasan oleh dosen mengenai proses pembelajaran yang akan dilakukan. - *Pendekatan Active Learning*: presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Menganalisis dan mengkritisi manajemen internasional	Memberikan komentar, kritik dan saran tentang konsep umum pemasaran global dan minimal dengan nilai C	10%	KEE TJI
2	Mampu memahami konsep pertukaran dunia (global trade) dan kaitannya dengan pemasaran	- Global Trade Aggreement - Jenis perusahaan Global	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
3	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis tentang lingkungan sosial dan	- Elemen Budaya - Perbandingan Budaya - Adaptasi Budaya Budaya dan	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI

	budaya pemasaran internasional	Bauran Pemasaran						
4	Mahasiswa mampu mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis lingkungan poltik dan hukum	- Perjanjian Internasional - Hukum Internasional - Berbagai isu tentang Lintas Negara	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
5	Mahasiswa mampu mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis strategi STP dalam konteks pemasaran internasional	- Alasan segmentasi Internasional - Pendekatan Segmentasi pasar Internasional - Dasar Segmentasi Negara - Strategi Segmentasi Internasional - Positioning Konsumen Global, Asing dan Lokal	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Telaah artikel - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Mentelaah artikel dan melaporkan hasilnya dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
6	Mahasiswa mampu memahami & menganalisis strategi pemasaran internasional	- Teknologi Informasi dan Kompetisi Global - Strategi Global - Strategi Regionalisasi dan Pemasaran Global	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Telaah artikel - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Mentelaah artikel dan melaporkan hasilnya dengan nilai minimal C	10%	KEE TJI
7	Mahasiswa mampu memahami & menganalisis proses dan strategi untuk memasuki pasar internasional	- Seleksi Target pasar - Memilih metode masuk pasar - Ekspor & Impor - Lisensi - Joint venture - Aliansi Strategis	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	10%	KEE TJI
UJIAN TENGAH SEMESTER								
8	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis tentang strategi sumber daya global	- Kompleksitas Sumber Daya Global - Trend Strategi Sumber Daya	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi,	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	10%	KEE TJI

		Global - Value Chain dan Functional Interfaces - Procurement ; Type Sourcing Strategy - Konsekuensi Jangka Panjang Global Sourcing	diskusi					
9	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis strategi pengembangan produk baru untuk pasar internasional yang sesuai dengan kebijakan produk global	- Stategi Produk pasar internasional - Standarisasi vs Customisasi - Difusi Multinasional - Pengembangan Produk baru untuk Pasar global	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Telaah artikel - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Mentelaah artikel dan melaporkan hasilnya dengan nilai minimal C	10%	KEE TJI
10	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis strategi pengembangan produk baru untuk pasar internasional yang sesuai dengan kebijakan produk global	- Strategi Merek global - Mengelola Produk Multinasional - Product Piracy - Country of Origin Stereotype	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	10%	KEE TJI
11	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis serta merancang strategi harga dalam pemasaran internasional	- Penentu Harga pasar Asing - Ekskalasi Pengelolaan Harga pada Lingkungan Inflasi - Harga global dan Perubahan Nilai Tukar - Transfer Pricing - Regulasi Antidumping Countertrade	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
12	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis komunikasi pemasaran	- Anggaran Periklanan Global - Strategi Kreatif - Keputusan Media	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen,	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Telaah artikel - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Mentelaah artikel dan melaporkan hasilnya dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI

	dengan konsumen global	Massa Global - Regulasi Periklanan - Agensi Iklan - Bentuk Lain Komunikasi - Komunikasi Integrasi	presentasi, diskusi					
13	Mahasiswa mampu memahami, menganalisis dan menjelaskan tentang operasionalisasi pemasaran internasional	- Perencanaan Strategi Pemasaran global - Desain organisasi internasional - Pengelolaan manajemen Merek Global - Pengawasan Pemasaran internasional - Gerakan anti globalisasi dan alasannya	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
14	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis tentang pemasaran internasional dan internet	- Internet dan Pasar Global - Hambatan Struktural Global - Penggunaan Internet utuk memahami konsumen global - Keuntungan kompetitif dan Cyberspace	*Pendekatan Active Learning*. Penjelasan oleh dosen, presentasi, diskusi	3x50 TM 3x60 BT 3x60 BM	- Mengerjakan analisis kasus - Presentasi kelompok (3 mahasiswa)	Menganalisis dan mengkritisi kasus dengan nilai minimal C	5%	KEE TJI
UJIAN AKHIR SEMESTER								

Keterangan:

TM (Tatap Muka); **BT** (Belajar Terstruktur); **BM** (Belajar Mandiri)