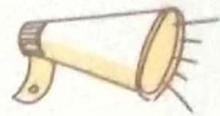
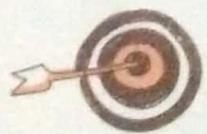
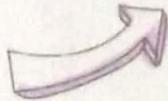
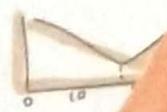
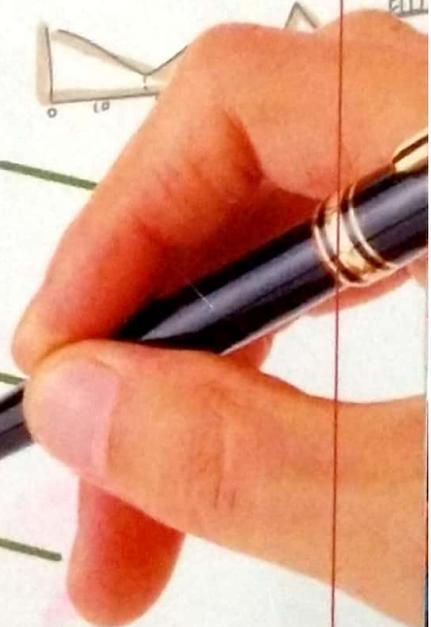


Manajemen Pemasaran

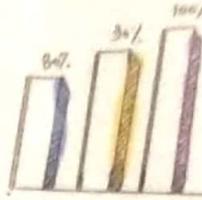


market price
 innovation planning
 vital consumer recommendation store
 marketing plan growth quality
 deliver advertising place
Sale Business Development
 team review distribution design
research promotion
 goals analysis social media
 finance blogs product
 management value key
 feedback **Creative**
 branding process business cost
 brand techniques strengths
 experimental weaknesses
 economic opportunities
 need perform threats
 influencers competitive
 historical results.



Dr. Rr. Dyah Eko Setyowati, S.Sos., S.E., M.M.
 Dr. Yani Antariksa, S.E., S.H., M.M.
 Sri Kartika Sari A., S.E., S.H., M.M.
 Dr. Haryono, S.E., M.Si.

Manajemen Pemasaran



Manajemen Pemasaran merupakan salah satu mata kuliah inti atau keahlian di Program Studi Manajemen. Manajemen pemasaran memberikan dasar pemahaman untuk menempuh Manajemen pemasaran Lanjutan pada semester berikutnya. Dalam persaingan bisnis yang semakin intensif, perusahaan harus sangat cermat dalam mengetahui perilaku konsumen, segmentasi, *targeting*, *positioning*, dan mengetahui bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan saluran distribusi).

Ruang lingkup dan sistematika buku *Manajemen Pemasaran* ini terdiri dari 8 bab pembahasan yakni Bab 1 Konsep Dasar Manajemen Pemasaran; Bab 2 Penerapan Konsep Pemasaran; Bab 3 Perilaku Konsumen; Bab 4 Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*; Bab 5 Produk; Bab 6 Harga; Bab 7 Promosi; Bab 8 Saluran Distribusi.

Buku ini diharapkan akan menjadi rujukan bagi dosen pengampu mata kuliah Manajemen Pemasaran dan buku wajib bagi mahasiswa prodi Manajemen ketika menempuh mata kuliah Manajemen Pemasaran.

Semoga sukses.



RajaGrafindo Persada
PT RAJAGRAFINDO PERSADA
Jl. Raya Leuwirangung No. 112
Kel. Leuwirangung, Kec. Tapos, Kota Depok 16956
Telp 021-84311162
Email: rajapers@rajagrafindo.co.id
www.rajagrafindo.co.id

RAJAWALI PERS
DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI

