RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH
PERENCANAAN PASAR

KODE MATA KULIAH
AGB P14

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS SYIAH KUALA

2021/2022

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	BOBOT (SKS)	SEMESTER
Perencanaan Pasar	AGB P14	2 (2-0)	VI
PROGRAM STUDI	**KOORDINATOR/TIM**	**TAHUN AJARAN**	**JADWAL**
Agribisnis Fajri	Fajri, Safrida, Cut Faradilla, T.Saiful Bahri, M.Yuzan Wardhana, Zakiah, Noratun Juliaviani	2021/2022	Senin, 08.10- 09.50 Selasa,08.10- 09.50 Rabu, 08.10- 09.50

I. **DESKRIPSI MATA KULIAH:**

Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang konsep dasar dan prinsip- prinsip perencanaan pasar meliputi a. arti penting perencanaan pasar; b. macam-macam perencanaan pasar; c. dimensi strategi dan taktik dalam berbagai level manajemen perencanaan pasar, proses perencanaan pasar meliputi : a. aspek yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan perencanaan pasar; b. hubungan antara perencanaan pemasaran dengan perencanaan perusahaan; c. struktur atau outline perencanaan pasar

II. **CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) PROGRAM STUDI:**

A. Rumusan Sikap (S):

1. Kemampuan untuk mengiternalisasikan ketakwaan kepada Tuhan YME dengan menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan etika.
2. Kemampuan untuk berkontribusi dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dengan menghargai nilai-nilai toleransi, kepedulian dan kepekaan.

B. Rumusan Pengetahuan (P):

1. Memiliki kemampuan berfikir logis, kritis dan sistematis dalam memahami konsep dasar keilmuan dan inovasi pembangunan pertanian terpadu dan berkelanjutan.
2. Memiliki kemampuan kewirausahaan dengan menerapkan sistem manajemen teknologi informasi dan komunikasi agribisnis terpadu dan berkelanjutan.

C. Rumusan Ketrampilan Umum (KU):

1. Memiliki kemampuan untuk memperluas jejaring dan mendiseminasikan hasil kajian agribisnis berdasarkan hasil analisis infomasi dan data.
2. Memiliki jiwa dan profesionalitas dalam operasional manajemen agribisnis yang kreatif dan inovatif.

D. Rumusan Ketrampilan Khusus (KK):

1. Memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi, menganalisis, merancang dan mengalokasikan sumberdaya dan faktor produksi secara teknis dan ekonomis di bidang agribisnis.
2. Memiliki kemampuan manajerial dalam menjamin mutu dan mengelola resiko sistem operasi agribisnis, serta evaluasi kinerja bisnis dan komersial.
3. Memiliki kemampuan komunikasi, negosiasi, dan advokasi dalam bidang agribisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi

III. **CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)**

1. Mampu menganalisis dan memiliki pengetahuan tentang perbedaan masing masing karakteristik pasar serta perbedaan konsep permintaan dan penawaran dalam teoriperencanaan pasar .
2. Memahami karakteristik pasar berdasarkan dari tipe-tipe konsumen baik untuk barang maupun jasa serta memahami penerapan pemasaran pada konsumen dan jenis produk
3. Mampu menerapkan aspek perencanaan pasar berdasarkan prinsip perencanaan pasar dilihat dari sifat pembeli dan perilaku pembelian dalam pasar serta memahami penerapan pemasaran pada konsumen dan jenis produk.

IV. **MATRIKS KESESUAIAN ANTARA CPL DAN CPMK**

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)**	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Prodi*								
	S		P		KU		KK		
	1	2	1	2	1	2	1	2	3
1. Mampu menganalisis aspek perencanaan pasar secara konprehensif berdasarkan karakteristik pasar, jenis/tipe konsumen, jenis produk, serta implementasi srategi pemasaran dan bisnis.			√			√		√	
2. Mampu mengidentifikasi dan menerapkan strategi pembelian berdasarkan sifat pembelian dan perilaku pembeli dlam pasar serta memahami penerapan strategi dan menajemen pasar dengan perubahan lingkungan bisnis			√			√			√
3. Mampu memahami dan mendeskripsikan proses dalam segmentasi pasar dan menetapkan pasar sasaran serta pengembangan positioning yang efektif		√	√		√	√			√

Keterangan:
* Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) / Program Learning Objective (PLO) mengacu poin II
**Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) mengacu poin III

V. **KRITERIA DAN STANDAR PENILAIAN**

Komponen Penilaian*	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Persentase (Weight in Final Grade)	Nilai Minimal Ketercapaian Kinerja Mahasiswa	Standar Penilaian
Aktivitas Partisipatif	-	5	70	A≥87; 78≤AB<87; 69≤B<78; 60≤BC<69; 51≤C<60; 41≤D<51; E<41
Hasil Proyek	CPMK 1,2,3	55		
Kuis	CPMK 1,2,3	5	70	
Tugas	CPMK 1,2,3	10	70	
UTS	CPMK 1	10	70	
UAS	CPMK 2,3	15	70	
Total		100		

VI. JADWAL, URAIAN MATERI DAN KEGIATAN PERKULIAHAN

Minggu Ke	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Strategi Pembelajaran/ Metode Pembelajaran	Waktu Belajar (menit)	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Memiliki pengetahuan tentang perbedaan masing masing karakteristik pasar serta perbedaan konsep permintaan dan penawaran	Studi tentang Karakteristik Pasar	Pendekatan:: Contextual Teaching Learning Metode: : Group Discussion Diksusi Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe *Student Team Achievement Division (STAD)*	2 x 50 menit	Mahasiswa melakukan pembahasan dalam bentuk diskusi kelompok/ individual dari materi yang dipelajari Mahasiswa saling berinteraksi dengan tanya jawab	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,45%
2	Memahami karakteristik pasar dilihat dari tipe-tipe konsumen baik untuk barang maupun jasa serta memahami penerapan pemasaran pada konsumen dan jenis produk	Tipe-tipe konsumen pasar, Klasifikasi produk dan jasa pasar, Penerapan pemasaran pada konsumen dan jenis produk yang berbeda	Pendekatan: Contextual Teaching Learning Metode: Contextual Instruction, Diksusi Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe Think Pair Share (TPS)	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa berdiskusi dan saling bertanya-jawab Mahasiswa saling membangun memotivasi	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,45%

3	Memahami tujuan pembelian , perilaku dalam pembelian , serta proses pengambilan keputusan dalam pembelian pada pasar	SIFAT PEMBELI DAN PERILAKU PEMBELIAN a. Tujuan pembelian, Aktivitas pembelian, Tipe - tipe pembelian, Teknik pembelian, *Buying centre*, Evaluasi kapabilitas pemasok	Pendekatan: Contextual Teaching Learning, Constructivism Metode: Small Group Discussion Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membentuk diskusi grup kecil Mahasiswa melakukan eksplorasi materi Mahasiswa saling membangun kerjasama tim dalam penyelesaian tugas	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,75%
4	Memahami berbagai aspek interaksi antara pembeli dengan penjual	Interaksi pembeli dan penjual, Tipe - tipe hubungan, *Customer relationship management*, Berbagai metode untuk mempengaruhi konsumen, Kesepakatan	Pendekatan: Contextual Teaching Learning, Constructivism Metode: Small Group Discussion Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok tugas ekplorasi materi Mahasiswa mendiskusikan hasil kerja kelompok	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,45%

5	Memahami sistem informasi pasar, sifat dan cakupan riset pasar dalam lingkungan pemasaran i, proses riset	Pentingnya riset pasar, Perbedaan riset pasar industri dengan riset pasar konsumen, Sistem informasi pasar dan proses riset pasar, peran riset pasar dalam menentukan potensi pasar dan mengembangkan perkiraan penjualan, Sifat riset pasar	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction), Diskusi Kelompok Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe Student Team Achievement Division (STAD)	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok tugas ekplorasi materi Mahasiswa mendiskusikan hasil kerja kelompok	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,45%
6	Memahami proses dalam segmentasi pasar dan menetapkan pasar sasaran serta pengembangan positioning yang efektif	Pentingnya segmentasi pasar, Keterkaitan segmentasi, targeting dan positioning, Segmentasi pasar berdasar kan produk/aplikasi jasa	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction), Diskusi, Presentasi Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe Student Team Achievement Division (STAD)	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok tugas ekplorasi materi Mahasiswa melakukan presentasi hasil kerja kelompok	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	6,95%

		Segmentasi pasar berdasarkan perilaku konsumen, Proses segmentasi pasar, Seleksi segmen sasaran, Penetapan target pasar					
7	Memahami berbagai produk pasar, perubahan strategi produk, daur hidup produk dan implikasinya dalam strategi pemasaran, penanganan inovasi dan pengembangan produk baru	Pengertian produk , Daur hidup produk, Difusi inovasi, Proses pengembangan produk	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction), Diskusi, Presentasi Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe Student Team Achievement Division (STAD)	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok tugas ekplorasi materi Mahasiswa melakukan presentasi hasil kerja kelompok	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	6,95%
8	Mampu Menjawab Soal Ujian	Ujian Tengah Semester (UTS)	Metode: Ujian Lisan atau Tulisan	2 x 50 menit	Mahasiswa melaksanakan Ujian Tengah Semester	Tes: Kelengkapan dan kebenaran jawaban	6,75%

9	Memahami perbedaan sifat saluran distribusi, proses desain saluran distribusi untuk pengembangan saluran baru dalam pasar	Perbedaan sifat saluran distribusi, Tipe -tipe perantara pasar, Desain saluran, Supply chain management	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Ceramah, Diksusi, dan metode pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction) Model: Pembelajaran Kooperatif Tipe Student Team Achievement Division (STAD)	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa berdiskusi dan saling bertanya-jawab Mahasiswa saling membangun memotivasi	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,55%
10	Memahami peran personal selling dalam strategi pemasaran. hubungan perilaku pembeli dengan proses personal selling	Karakteristik *personal selling* .Perilaku pembelian dan personal selling , penjualan dan manajemen	Pendekatan: Contextual Teaching Learning, Constructivism Metode: Small Group Discussion Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membentuk diskusi grup kecil Mahasiswa melakukan eksplorasi materi Mahasiswa memaparkan hasil diskusi kelompok kecil	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	6,75%
11	Memahami komunikasi pasar yang efefktif, dan pentingnya promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat dan pasar	Membangun program komunikasi,Periklanan, Pengukuran respon terhadap periklanan dari sisi penjualan dan dari sisi non penjualan	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Small Group Discussion Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membentuk diskusi grup kecil Mahasiswa melakukan eksplorasi materi Mahasiswa memaparkan hasil diskusi kelompok kecil	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	6,75%

12-13	Memahami penetapan harga produk ,berbagai factor yang mempengaruhi keputusan tentang harga dalam industry, serta strategi dan kebijakan harga yang berbeda untuk produk dan situasi yang berbeda	STRATEGI DAN KEBIJAKAN HARGA PASAR Arti khusus harga, Factor yang mempengaruhi keputusan tentang harga, Proses penetapan harga, Metode penetapan harga (*cost base pricing, cost based and competitor*	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction), Analisis Kasus, Diskusi Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok eksplorasi materi terhadap kasus yang ditugaskan Mahasiswa memaparkan hasil analisis kasus	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	13,70%
14	Memahami karakteristik yang berorientasi pada rencana srategik, peran pemasaran dalam rencana strategi, rencana strategi pada tingkatan perusahaan	Tingkatan strategi, Karakteristik orientasi pasar ,Peran pasar dalam perencanaan strategi, Perencanaan stratgi pada tingkatan perusahaan	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Pembelajaran kontekstual (Contextual Instruction), Analisis Kasus, Diskusi Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membahas konsep kontekstual dari materi yang dipelajari Mahasiswa membentuk kelompok eksplorasi materi terhadap kasus yang ditugaskan Mahasiswa memaparkan hasil analisis kasus	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	6,85%

15	Memahami perubahan lingkungan bisnis, pemasaran produk imelalui e - commerce, serta mampu membaca perkembangan pasar elektronik dan internet	PASAR DAN E - COMMERCE . Pengertian ecommerce, Perubahan lingkungan bisnis , *Business to business forms of ecommerce*, Penggunaan internet, Strategi pemasaran	Pendekatan: Inquiry learning/SCL Metode: Small Group Discussion Model: Discovery Learning	2 x 50 menit	Mahasiswa membentuk diskusi grup kecil Mahasiswa melakukan eksplorasi materi Mahasiswa saling membangun kerjasama tim dalam penyelesaian tugas	Kognitif: Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Ketrampilan: Kerjasama dan observasi Afektif: Keaktifan dalam proses belajar	5,45%
16	Mampu Menjawab Soal Ujian	Ujian Akhir Semester (UTS)	Metode: Ujian Lisan atau Tulisan	2 x 50 menit	Mahasiswa melaksanakan Ujian Tengah Semester	Tes: Kelengkapan dan kebenaran jawaban	6,75%

VII. Materi Praktikum (untuk mata kuliah dengan praktikum)

Minggu Ke	Kegiatan	Metode	Jumlah jam
-	-	-	-

IX. RUBRIK PENILAIAN

CPMK	Kriteria				
	1	2	3	4	5
1. Mampu menganalisis karakteristik Pasar berdasarkan Tipe Konsumen, Klasifikasi produk dan jasa pasar serta Penerapan pemasaran pada konsumen dan tipe produk yang berbeda Bobot :35	Tidak mampu menjelaskan sikap, motivasi, persepsi, kepuasan kerja dan pengaruhnya terhadap kinerja	Mampu membedakan sikap, motivasi, persepsi dan kepuasan kerja namun tidak dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kinerja	Mampu menjelaskan kurang dari tiga poin pengaruh perilaku individu dan kelompok terhadap kinerja .	Mampu menjelaskan pengaruh sikap, motivasi, persepsi dan kepuasan kerja, terhadap kinerja , namun tidak terstruktur dengan baik	Mampu menjelaskan pengaruh sikap, motivasi, persepsi dan kepuasan kerja, terhadap kinerja , dengan lengkap dan terstruktur dengan baik
2. Mampu mengidentifikasi dan menerapkan strategi pengelolaan *konflik*, struktur imbalan, hukuman dan disiplin secara tepat dalam Bobot: 30	Tidak mampu menjelaskan makna dan sumber konflik, struktur imbalan, hukuman dan disiplin dalam	Mampu menjelaskan sumber konflik, struktur imbalan, hukuman dan disiplin namun tidak dapat menjelaskan strategi pengelolaannya	Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan strategi pengelolaan konflik, struktur imbalan, hukuman dan disiplin secara parsial, namun tidak mampu menjelaskan keterkaitan antar elemen	Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan strategi pengelolaan konflik, struktur imbalan, hukuman dan disiplin, namun tidak terstruktur dengan baik	Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan strategi pengelolaan konflik, struktur imbalan, hukuman dan disiplin secara lengkap dan terstruktur.
3. Mampu menerapkan gaya efektif, mengelola perubahan serta melakukan pengambilan keputusan secara rasional dan kreatif berdasarkan data	Tidak mampu menjelaskan gaya efektif, pengembangan dan pengambilan keputusan	Menjelaskan gaya efektif, pengembangan dan pengambilan keputusan secara tidak lengkap	Mampu menjelaskan gaya efektif, pengembangan dan pengambilan keputusan , namun tidak mampu	Mampu menjelaskan gaya efektif, pengembangan dan pengambilan keputusan dan kaitannya dengan kinerja , namun	Mampu menjelaskan gaya efektif, pengembangan dan pengambilan keputusan dan kaitannya dengan kinerja secara

Bobot: 35			menjelaskan keterkaitannya dengan kinerja	tidak terstruktur dengan baik	lengkap dan terstruktur dengan baik

X. REFERENSI

1. Bangs, David H.. (2012). Market Plan. Dearbond Trade Publishing Company, 7th edition
2. Bangs, David H. (2002). Market Planning Guide. Kaplan Business; 6th edition
3. Zimmerman, Alan and Jim Blythe. 2013. Business to business marketing management: a global perspective, 2nded, New York: Routledge.
4. Budiarto Subroto. Pemasaran Industri: Business to Business Marketing, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2011
5. Bangs, David H. (2002). Market Planning Guide. Kaplan Business; 6th edition
6. Baugh, L. Sue and Robert J. Hamper. (1990) Strategic market planning. University of California: NTC Business Books

XI. LEGALITAS

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Ir. Indra, MP
NIP. 196309071990021001

Banda Aceh
Koordinator Mata Kuliah

Dr. Ir. Fajri, MSc
NIP 196009301986021001

LEMBAR RENCANA TUGAS MAHASISWA

PEMBUATAN TUGAS BERBASIS ANALISIS KASUS

MATA KULIAH	KODE	BOBOT (SKS)	SEMESTER
	AGB P14	2 (2-0)	VI
PROGRAM STUDI	**KOORDINATOR/TIM**	**TAHUN AJARAN**	**JADWAL**
Agribisnis		2021/2022	Selasa, 08.00-09.40 Rabu, 08.00-09.40

BENTUK TUGAS

Penyusunan laporan dan presentasi dalam bentuk PPT

JUDUL TUGAS

Tugas-1: Membuat laporan analisis rencana pasar dalam contoh kasus yang relevan

Tugas-2: Mempresentasikan hasil laporan dengan menggunakan metode dan analisis yang sesuai dan representatif sesuai dengan informasi dan ilmu rencana pasar

Tugas-3: Memformulasikan alternatif solusi dalam permasalahan pasar contoh kasus rencana pasar

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

1. Mahasiswa mampu menjelaskan contoh kasus pada teori perencanaan pasar.
2. Mahasiswa dapat mendeskripsikan contoh kasus yang relevan dengan Teori Perencanaan Pasar
3. Mahasiswa mampu membedakan contoh kasus dengan ciri antar teori perencanaan pasar dengan teori teori lainnya

DESKRIPSI TUGAS:

Pemberian tugas sebagai lanjutan dari bagian pemahaman yang mendalam dari pemberian materi perkuliahan,penugasan yang relevan dengan setiap komponen materi perkuliahan direfleksikan lebih detail kepada mahasiswa dengan contoh kasus dari perencanaan pasar . Kemudian informasi dari hasil laporan dipresentasikan untuk dievaluasi

METODE PENGERJAAN TUGAS

1. Implementasi Teori Perencanaan Pasar dalam bentuk laporan contoh kasus yang relevan
2. Mengumpulkan laporan
3. Presentasi hasil laporan akhir contoh kasus dalam Perencanaan Pasar untuk dievaluasi

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

a. Obyek Garapan: Keterkaitan antara teori dan kasus Perencanaan Pasar meliputi karakteristik pasar, riset pasar, segmentasi pasar dan perubahan lingkungan bisnis.

b. Bentuk Luaran:

1) Laporan ditulis berbentuk word dan dipresentasikan dalam bentuk ppt,
2) Dikumpulkan dalam bentuk *hard copy dan soft copy*

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

a. Isi presentasi (10%),

Isi presentasi menguraikan inti sari dari konsep tentang materi sesuai dengan judul tugas,

b. Penguasaan isi (40%)

Mahasiswa menguasai materi sesuai dengan judul tugas.

c. Pelaporan (40%),

Mahasiswa melengkapi laporan dan menunjukkan tanggungjawab, percaya diri, dan kemandirian.

d. Daftar pustaka (10%)

Penulisan daftar pustaka mengacu pada *APA style* dan daftar pustaka paling lama 10 tahun terakhir

JADWAL PELAKSANAAN

Perkuliahan, pelaporan, dan evaluasi disesuaikan dengan mengajar pada SIMKULIAH USK MK PO

LAIN-LAIN

Bobot penilaian tugas ini adalah 50% dari 100% penilaian mata kuliah ini

DAFTAR RUJUKAN

Daftar Pustaka atau literatur yang menjadi rujukan penulisan dokumen

- Referensi Rencana Pasar, Strategi Bisnis, strategi pemasaran serta manajemen pasar
- Referensi terkait lainnya seperti buku, jurnal, tulisan ilmiah dan materi kuliah lainnya