

PROFIL LULUSAN & CAPAIAN PEMBELAJARAN

JENJANG : D IV
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

A. VISI

Menjadi program studi unggulan dalam bidang manajemen pemasaran tingkat nasional maupun internasional.

B. MISI

Menyelenggarakan pendidikan manajemen pemasaran internasional untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, berkarakter, dan memiliki semangat untuk terus berkembang, berjiwa kewirausahaan dan berwawasan lingkungan.

Melaksanakan penelitian terapan di bidang ilmu pemasaran internasional dan menyebarluaskan hasilnya untuk menumbuhkembangkan ilmu pengetahuan dan tehnik-tehnik pemasaran internasional.masyarakat guna membantu pengembangan industri, pemerintah, dan masyarakat luas.

Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan tehnik-tehnik pemasaran internasional untuk mendukung peningkatan mutu kehidupan.

C. PROFIL LULUSAN:

- Manajer Penjualan : Melakukan analisa lingkungan bisnis, Menyusun elemen pemasaran perusahaan, Menyusun rencana penjualan (sales plan), Menyusun rencana pengelolaan akun, Melaksanakan pembinaan (coaching) dan penyuluhan (counselling) terhadap tenaga penjual;
- Manajer Layanan : Melakukan analisa lingkungan bisnis, Menyusun elemen pemasaran perusahaan, Mengelola program loyalitas pelanggan, Mengelola momen kebenaran (moment of truth);
- Manajer Merek : Melakukan analisa lingkungan bisnis, Menyusun elemen pemasaran perusahaan, Mengelola lingkungan layanan (service environment), Menyusun rencana pemasaran (marketing plan);
- Wirausahawan (nasional dan internasional) : Mengidentifikasi peluang usaha, merancang kegiatan dan mengoperasionalkan kegiatan usaha.

D. CAPAIAN PEMBELAJARAN:

1. SIKAP DAN TATA NILAI

- a. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap Religius;
- b. menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika;
- c. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
- d. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat,berbangsa, dan bernegara berdasarkan Pancasila;
- e. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
- f. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;
- g. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;
- h. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;

- i. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
- j. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan;

2. PENGUASAAN PENGETAHUAN

- a. Menguasai konsep teoretis, aplikasi matematika bisnis; prinsip-prinsip pemasaran, ilmu pemasaran (riset pasar) yang diperlukan untuk analisis dan perancangan atau proses produksi atau komponen;
- b. Menguasai konsep dan teknik menyusun rencana strategis pemasaran dan menjabarkannya dalam rencana operasional aktivitas-aktivitas pemasaran;
- c. Menguasai konsep kepemimpinan dan kewirausahaan;
- d. Menguasai teori dan konsep penelitian untuk membantu pengambilan keputusan di bidang pemasaran;
- e. Menguasai metoda statistika multivariat;
- f. Menguasai pengetahuan tentang etika bisnis;
- g. Menguasai pengetahuan tentang peraturan dan perundang-undangan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran;
- h. Menguasai bahasa Inggris secara aktif dan bahasa Mandarin secara pasif.

3. KETERAMPILAN UMUM

- a. Mampu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran barang dan atau jasa untuk pasar internasional dengan menggunakan kaidah-kaidah pemasaran yang tepat, efektif, dan kreatif serta mampu beradaptasi dengan lingkungan pemasaran internasional yang dihadapi;
- b. Menguasai konsep teoritis bidang bisnis secara umum dan konsep manajemen pemasaran khususnya prinsip dan perancangan kegiatan pemasaran untuk barang maupun jasa dalam skala nasional maupun internasional, serta mampu merumuskan pemecahan masalah pemasaran sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu pemasaran;
- c. Mampu mengambil keputusan pemasaran yang tepat dengan berlandaskan pada data dan hasil analisis lingkungan pemasaran eksternal maupun internal, dan mampu memberi petunjuk dalam memilih berbagai alternatif penyelesaian secara mandiri dan kelompok;
- d. Bertanggung jawab pada pekerjaan yang ditugaskan dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian target target pemasaran perusahaan.

4. KETERAMPILAN KHUSUS

- a. Mengidentifikasi lingkungan internal dan external untuk bisnis dalam skala nasional maupun internasional;
- b. Merencanakan elemen strategi pemasaran, menentukan elemen taktik pemasaran, dan mengkaji ulang elemen value pemasaran;
- c. Merencanakan target penjualan masing-masing tenaga penjual dan merencanakan cara yang akan digunakan untuk mencapai target penjualan;
- d. Melaksanakan pengumpulan informasi untuk pengelolaan akun, dan melaksanakan proses perencanaan akun (account planning);
- e. Mengidentifikasi kebutuhan pembinaan dan penyuluhan, dan menerapkan strategi pembinaan dan penyuluhan;
- f. Mengidentifikasi tujuan, membangun kerangka, serta menerapkan program loyalitas pelanggan;

- g. Memetakan titik-titik penting (moment of truth) dalam interaksi dengan pelanggan, merancang proses pelayanan khusus untuk setiap moment of truth serta memantau pelaksanaan layanan di setiap moment of truth;
- h. Mengidentifikasi elemen utama lingkungan layanan, menyusun rancangan pengaturan fasilitas dan sarana pendukung pelayanan, serta memantau pelaksanaan rancangan pengaturan fasilitas pendukung;
- i. Melaksanakan analisa TOWS, menyusun bauran pemasaran;
- j. Mengidentifikasi peluang usaha, merancang kegiatan usaha, dan mengoperasikan kegiatan usaha.

E. KEUNGGULAN LULUSAN

Para lulusan diharapkan mampu menangani pekerjaan manajerial dan praktikal di bidang pemasaran, dapat mengelola kegiatan pejualan baik penjualan ke konsumen langsung (Business-to-Customer) maupun konsumen bisnis/industry (business-to-Business), dapat membantu mengelola manajerial ritel, mengerjakan pekerjaan praktikal di bidang logistic, pergudangan dan ekspor-impor, memproses data secara akurat, berkomunikasi secara efektif lisan dan tulisan dalam Bahasa Indonesia dan Inggris, mengelola informasi dan komunikasi untuk menunjang kegiatan pemasaran, serta memiliki spirit kewirausahaan.



POLBAN

FEBRUARI 2016