

Program Studi D4 Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Bandung

Visi:

Menjadi program studi unggul dalam bidang ilmu manajemen pemasaran terapan tingkat nasional pada tahun 2027 dan internasional pada tahun 2030.

Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu manajemen pemasaran terapan untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, berkarakter, dan memiliki semangat untuk terus berkembang, berjiwa kewirausahaan dan berwawasan lingkungan.
2. Melaksanakan penelitian terapan di bidang ilmu pemasaran dan menyebarluaskan hasilnya untuk menumbuhkembangkan ilmu pengetahuan dan teknik-teknik pemasaran guna membantu pengembangan industri, pemerintah, dan masyarakat luas.
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknik-teknik pemasaran untuk mendukung peningkatan mutu kehidupan.

Tujuan:

1. Menghasilkan lulusan yang kompeten dalam bidang manajemen pemasaran terapan sesuai kebutuhan industri.
2. Menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa kewirausahaan dan berwawasan lingkungan.
3. Mengembangkan sistem pembelajaran program manajemen pemasaran terapan yang adaptif dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai kebutuhan masyarakat.
4. Membangun budaya penelitian terapan yang kreatif dan inovatif di bidang manajemen pemasaran yang dapat membantu pemecahan masalah di industri, pemerintah, dan masyarakat luas.
5. Mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang mendorong terciptanya pemanfaatan pengetahuan dan keahlian pemasaran terapan di industri, pemerintah, dan masyarakat.
6. Membangun kemitraan dan kerjasama dengan dunia usaha dunia industri (DUDI) dan institusi lain dalam mengembangkan keahlian di bidang pemasaran terapan.

PROFIL LULUSAN & PERAN LULUSAN DI MASYARAKAT

PROGRAM : SARJANA TERAPAN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PEMASARAN
KODE PROGRAM STUDI : 61304
JURUSAN : ADMINISTRASI NIAGA
JENJANG KUALIFIKASI KKN : 6

Profil lulusan program Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Pemasaran, setara dengan Jenjang Kualifikasi 6 KKN, setelah mengalami proses pembelajaran selama 8 semester diharapkan mampu berperan di masyarakat/menempati sesuai jabatan kerja kategori sebagai staff yang ahli menangani pekerjaan managerial di bidang pemasaran.

Klaster dalam Skema Sertifikasi	Jabatan Kerja/ Okupasi SKKNI	Nomor SKKNI atau Keputusan Menteri	Profil Lulusan
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Konsultasi Manajemen Area Kerja: Pemasaran	Tenaga Pemasar Manajerial	SK Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. 389 Tahun 2013	1. Manajer Pemasaran
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Konsultasi Manajemen Area Kerja: Penjualan	Tenaga Pemasar Manajerial	SK Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. 389 Tahun 2013	2. Manajer Penjualan
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Konsultasi Manajemen Area Kerja: Layanan	Tenaga Pemasar Manajerial	SK Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. 389 Tahun 2013	3. Manajer Layanan
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Konsultasi Manajemen Area Kerja: Merek	Tenaga Pemasar Manajerial	SK Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. 389 Tahun 2013	4. Manajer Merek
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Konsultasi Manajemen Area Kerja: Pemasaran	Tenaga Pemasar Manajerial	SK Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. 389 Tahun 2013	5. Periset Pasar
Wirausaha Industri	Wirausaha Industri	Kepmen Tenaga Kerja & Transmigrasi RI No.53 tahun 2014	6. Wirausahawan
Kategori : Jasa Profesional Golongan : Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital	Pemasar Digital Pengiklan	SKKNI Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jendral PAUD dan Pendidikan Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan	7. Tenaga Pemasar Digital

Deskripsi Profil lulusan program sarjana terapan program studi manajemen pemasaran, sebagai berikut:

- 1. Manajer Pemasaran:**
Mampu melakukan analisis strategi pemasaran perusahaan dan menyusun strategi bisnis perusahaan.
- 2. Manajer Penjualan:**
Mampu merancang rencana penjualan dan mengelola tim penjualan dalam tataran manajerial serta menyusun formulasi sales forecast dan evaluasi kinerja organisasi.
- 3. Manajer Layanan:**

Mampu mengelola organisasi yang berfokus pada pelanggan serta menciptakan budaya layanan dan mendesain cetak biru layanan bagi organisasi.

4. **Manajer Merek:**

Mampu mengelola terhadap bauran pemasaran dan merancang perkembangan brand value dari produk maupun organisasi.

5. **Wirausahawan:**

Mampu mendirikan dan menjalankan perusahaan skala mikro/kecil/menengah berdasarkan rencana usaha dalam rangka mencapai tujuan-tujuan usaha yang telah ditetapkan.

6. **Pemasar Digital:**

Mampu melakukan perencanaan pemasaran digital, pembuatan konten pemasaran digital berupa video, pengembangan media layanan pemasaran digital, serta mengelola bisnis digital secara mandiri.

7. **Periset:**

Mampu mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif melalui penelitian ilmiah, penciptaan desain atau produk penelitian dalam bidang ilmu manajemen pemasaran berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN

PROGRAM	: SARJANA TERAPAN
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN PEMASARAN
KODE PROGRAM STUDI	: 61304
JURUSAN	: ADMINISTRASI NIAGA
JENJANG KUALIFIKASI KKN	: 6

1. SIKAP DAN TATA NILAI

1. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap Religius;
2. menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika;
3. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
4. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara berdasarkan Pancasila;
5. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
6. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;
7. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;
8. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;
9. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
10. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan;

2. PENGUASAAN PENGETAHUAN

1. Menguasai konsep teoretis, aplikasi matematika bisnis; prinsip-prinsip pemasaran, ilmu pemasaran (riset pasar) yang diperlukan untuk analisis dan perancangan atau proses produksi atau komponen;
2. Menguasai konsep dan teknik menyusun rencana strategis pemasaran dan menjabarkannya dalam rencana operasional aktivitas-aktivitas pemasaran;
3. Menguasai konsep kepemimpinan dan kewirausahaan;
4. Menguasai teori dan konsep penelitian untuk membantu pengambilan keputusan di bidang pemasaran;
5. Menguasai metoda penelitian, dengan berbagai teknik dan perangkat penelitian yang dapat digunakan;
6. Menguasai pengetahuan tentang etika bisnis, nilai kemanusiaan, dan berwawasan lingkungan;
7. Menguasai pengetahuan tentang peraturan dan perundang-undangan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran;
8. Menguasai bahasa Inggris secara aktif dan bahasa Mandarin secara pasif.

3. KETERAMPILAN UMUM

1. Mampu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran barang/jasa dengan menggunakan kaidah-kaidah pemasaran yang tepat, efektif, dan kreatif serta mampu beradaptasi dengan lingkungan
2. 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;
3. 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;
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan yang ditugaskan dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian target pemasaran perusahaan.

4. KETERAMPILAN KHUSUS

1. Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal untuk bisnis dalam skala nasional maupun internasional;
2. Merencanakan elemen strategi pemasaran, menentukan elemen taktik pemasaran, dan mengkaji ulang elemen value pemasaran;
3. Merencanakan target penjualan masing-masing tenaga penjual dan merencanakan cara yang akan digunakan untuk mencapai target penjualan;
4. Melaksanakan pengumpulan informasi untuk pengelolaan akun, dan melaksanakan proses perencanaan akun (account planning);
5. Melaksanakan pembinaan (coaching) dan penyuluhan (konseling) terhadap tenaga penjual;
6. Mengidentifikasi tujuan, membangun kerangka, serta menerapkan program loyalitas pelanggan
7. 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;
8. Mengidentifikasi elemen utama lingkungan layanan, menyusun rancangan pengaturan fasilitas dan sarana pendukung pelayanan, serta memantau pelaksanaan rancangan pengaturan fasilitas pendukung;
9. Melaksanakan analisa TOWS, menyusun bauran pemasaran;
10. Mengidentifikasi peluang usaha, merancang kegiatan usaha, dan mengoperasionalkan kegiatan usaha.

E. KEUNGGULAN LULUSAN

Pengalaman dan praktik perkuliahan mampu membentuk kompetensi lulusan yang sesuai dengan kebutuhan industry. Lulusan tersertifikasi kompetensi tenaga pemasar tingkat operasional sehingga mampu menangani pekerjaan manajerial dan praktikal di bidang pemasaran, dapat mengidentifikasi ruang lingkup pemasaran, melaksanakan keterampilan penjualan, melaksanakan event pemasaran, dapat mewujudkan kepuasan pelanggan, mengelola informasi dan komunikasi untuk menunjang kegiatan pemasaran, memiliki kemampuan melakukan riset pemasaran serta memiliki spirit kewirausahaan. Selain itu lulusan mampu berkomunikasi secara efektif lisan dan tulisan dalam bahasa asing (Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin).