

Tinjauan Mata Kuliah

Buku materi pokok manajemen pemasaran digital dan perilaku konsumen ini membahas tentang manajemen pemasaran digital dan perilaku konsumen dalam konteks manajemen pemasaran bisnis di era digital. Modul ini terdiri dari Sembilan pokok bahasan. Kesembilan pokok bahasan dalam modul ini, diantaranya membahas tentang pengantar perilaku konsumen, motivasi dan persepsi serta segmentasi pelanggan, budaya dan pengaruh interpersonal pada perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan pelanggan, pemasaran digital dan e-marketing, strategi pemasaran digital, hambatan dan tantangan pemasaran digital, digital customer dan CRM, media sosial, blog, forum dan optimasi mesin pencari (SEO).

Mata kuliah manajemen pemasaran digital dan perilaku konsumen (EKMA6109/3 SKS) pada intinya bertujuan memberikan kajian yang mendalam bagi para mahasiswa tentang pokok-pokok bahasan yang terdiri dari sembilan modul, yang diantaranya membahas tentang perilaku konsumen, motivasi dan persepsi serta segmentasi pelanggan, budaya dan pengaruh interpersonal pada perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan pelanggan, pemasaran digital dan e-marketing, strategi pemasaran digital, hambatan dan tantangan pemasaran digital, digital customer dan CRM, media social, blog, forum dan optimasi mesin pencari.

Buku modul manajemen pemasaran digital dan perilaku konsumen ini terdiri dari Sembilan modul. Kesembilan modul tersebut terangkum dalam empat pokok bagian utama yang terangkum dalam bagian pertama – bagian keempat. Sedangkan secara rinci pokok bahasan masing-masing modul dapat diuraikan sebagai berikut.

Bagian Pertama: Pengantar dan memahami perilaku konsumen. Pokok-pokok bahasan dalam bagian pertama ini, terdiri dari:

Modul 1 : Pengantar perilaku konsumen.

Modul 2 : Motivasi, persepsi serta segmentasi pelanggan.

Bagian Kedua: Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, terdiri dari:

Modul 3 : Faktor budaya dan pengaruh interpersonal pada perilaku konsumen.

Modul 4: Proses pengambilan keputusan pelanggan

Bagian Ketiga: Tantangan dan hambatan Pemasaran digital, yang terdiri dari pokok bahasan:

Modul 5 : Pemasaran digital dan e-marketing

Modul 6 : Strategi pemasaran digital

Modul 7 : Hambatan dan tantangan pemasaran digital

Bagian Keempat: Online and digital marketing, yang terdiri dari pokok bahasan:

Modul 8: Digital customer dan CRM

Modul 9: Social media, blog, forum dan optimalisasi mesin pencari (*search engine optimization*)

Peta Kompetensi
EKMA6109/Manajemen Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen/3 sks

