



Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Melalui komunikasi dalam dunia usaha perusahaan berusaha memahami pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan pelayanan yang terbaik?komunikasi jenis inilah yang kita kenal sebagai komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran berkaitan erat dengan pesan atau informasi yang ingin disampaikan perusahaan kepada pelanggannya melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi?kombinasi dari berbagai saluran komunikasi ini kita kenal dengan sebutan bauran promosi (*promotion mix*).

Buku *Komunikasi Pemasaran* ini ditujukan bagi para mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran dan D-3 Manajemen Pemasaran yang mengambil mata kuliah Komunikasi Pemasaran. Buku ini dimulai dengan memperkenalkan konsep dasar komunikasi dan pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan konsep komunikasi pemasaran terintegrasi ( *integrated marketing communications?IMC*) yang menekankan pentingnya konsistensi pesan atau informasi yang hendak disampaikan perusahaan dengan mengintegrasikan seluruh saluran komunikasi/bauran promosi perusahaan. Bab-bab selanjutnya dari buku ini membahas lima sarana bauran promosi perusahaan?yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Materi mengenai acara dan pengalaman juga turut disertakan sebagai bagian dari promosi penjualan. Bab terakhir buku ini membahas mengenai Internet?sebagai media baru yang membuka banyak peluang dan juga ancaman bagi komunikasi pemasaran perusahaan.

### Keunggulan produk:

1. Buku ini membahas konsep manajemen pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communication* ) serta membahas secara mendalam berbagai sarana bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat/public relations, dan pemasaran langsung.

2. Buku ini juga memberikan pemaparan mengenai Internet sebagai media baru bagi komunikasi pemasaran perusahaan.

**Spesifikasi :**

Kode Buku: 0076590010

Pengarang: Agus Hermawan

Tahun: 2013

ISBN: 9786022411321    Lebar Buku: 17.5 cm

Tinggi Buku: 25.0 cm

Tebal Buku: 248 hlm

Berat Buku: 412.2 gram