Pertemuan	**:**	**13**
Pokok Bahasan	:	Menciptakan Keunggulan Bersaing dan Penawaran Pasar Baru
Hari/ Tanggal	:	

13.1 Tujuan

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

a. Memahami Analisis Pesaing
b. Memahami Kekuatan Kompetitif
c. Memahami Pilihan Produk Baru
d. Memahami Jenis-jenis Produk Baru
e. Memahami Keberhasilan dan Kegagalan Produk Baru

13.2 Alat & Bahan

Buku Referensi, Modul Praktika dan Internet.

13.3 Dasar Teori

a. Analisis Pesaing
b. Kekuatan Kompetitif
c. Pilihan Produk Baru
d. Jenis-jenis Produk Baru
e. Keberhasilan dan Kegagalan Produk Baru

13.4 Soal Modul Individu

1. Untuk merencanakan strategi pemasaran efektif, perusahaan harus mencari tahu tentang pesaing. Carilah salah satu perusahaan di suatu Industri tertentu dan analisis pesaingnya (market leader, market challenger, market follower)! Jelaskan dengan membandingkan **strategi pemasaran, tujuan, kekuatan dan kelemahannya?**

Nama Perusahaan:

Perusahaan Pesaing Utama dan strateginya:

2. Berikan contoh produk baru yang ditawarkan perusahaan, yaitu:

   a. Produk yang memberikan fungsi baru

   b. Produk dengan inovasi baru

c. Produk yang di Upgrade

b. Produk dengan Gaya Baru

Nilai	Paraf Asisten	Paraf Dosen