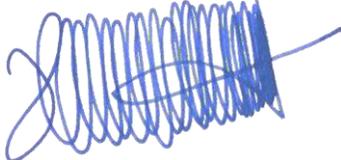




UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Kode Dokumen:
(diisi oleh admin PRODI)

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Manajemen Pemasaran dan SDM Insani	EIM3164	Mata Kuliah Wajib	T=3	P=0	6	Januari 2024
OTORITAS/PENGESAHAN	Dosen Pengembangan RPS		Koordinator RMK		Ko PRODI	
	Tim Dosen MK Manajemen Pemasaran dan SDM Insani		Nofiauwaty, S.E., M.M.		Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M. 	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL1 (KK1)	Mampu mengelola dan menjalankan bisnis baik bisnis baru (startup) maupun yang sudah berjalan dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis, tanggung jawab sosial dan keberlanjutan				

CPL2 (KK2)	Mampu bekerja pada bidang keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, Bisnis Syariah pada sektor swasta maupun pemerintahan
CPL3 (KK3)	Mampu melakukan analisa dan pemecahan masalah bisnis menggunakan metode ilmiah dan prinsip-prinsip manajemen
CPL4 (KK4)	Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang manajemen
CPL5 (KK5)	Mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan memformulasikan dalam rencana bisnis yang komprehensif
CPL6 (KK6)	Mampu berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan dan tertulis, dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi
CPL7 (PP1)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen dan bisnis
CPL8 (PP2)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis Syariah dan Kewirausahaan
CPL9 (PP3)	Memahami konsep dan teknik-teknik pemecahan masalah bisnis dalam bidang keilmuan manajemen dan bisnis
CPL10 (PP4)	Memahami konsep dan teori tanggung jawab bisnis terhadap sosial dan lingkungan
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
CPMK-1	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip-prinsip dasar dalam bidang Manajemen Pemasaran dan SDM
CPMK-2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan serta berpikir kritis dalam aspek manajemen pemasaran dan SDM
CPMK-3	Mahasiswa mampu mengelola informasi pemasaran dan SDM dan merancang berbagai strategi manajemen pemasaran dan SDM sesuai dengan perkembangan digitalisasi saat ini
CPMK-4	Mahasiswa mampu menelaah berbagai isu pemasaran dan SDM terkini, merumuskan masalah dan menyusun hipotesa dalam bidang manajemen pemasaran dan SDM
CPMK-5	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data pemasaran dan SDM dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis

CPMK-6	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Manajemen Pemasaran dan SDM
CPL → Sub-CPMK	
Sub-CPMK-1	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dan etika dalam bidang Manajemen Pemasaran
Sub-CPMK-2	Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen Pemasaran dan menyusun hipotesis
Sub-CPMK-3	Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Pemasaran
Sub-CPMK-4	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data pemasaran dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis
Sub-CPMK-5	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Manajemen Pemasaran
Sub-CPMK-6	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dan etika dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia
Sub-CPMK-7	Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam manajemen SDM dan menyusun hipotesa
Sub-CPMK-8	Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia
Sub-CPMK-9	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data Sumber Daya Manusia dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis
Sub-CPMK-10	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK	

	Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	Sub-CPMK6	Sub-CPMK7	Sub-CPMK8	Sub-CPMK9	Sub-CPMK10	
CPMK-1	√		√			√		√			
CPMK-2		√	√	√			√	√	√		
CPMK-3		√	√				√	√			
CPMK-4	√	√	√	√	√		√	√	√	√	
CPMK-5			√		√		√	√		√	
CPMK-6		√	√	√	√			√	√	√	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bersumber dari mata kuliah manajemen pemasaran dan sumber daya manusia. Mata kuliah berfokus pada kebutuhan manusia-manusia yang bergerak di bagian pemasaran dan SDM agar dapat memncapai tujuan organisasi dengan maksimal.										
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<p>Konsep dalam Manajemen Pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian, Konsep, Ruang Lingkup dan Strategi Manajemen Pemasaran; 2. Lingkungan Pemasaran 3. Pasar Konsumen, Pasar Bisnis dan Perilaku Pembelian Konsumen 4. Segmenting, Targetting dan Positioning (STP) 										

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Produk, Jasa dan Strategi Penentuan Merek 6. Pengembangan Produk Baru dan siklus hidup produk 7. Penetapan harga produk 8. Tinjauan Manajemen Sumber Daya Manusia 9. Keberagaman Angkatan Kerja, Peluang Kerja Setara dan Tindakan Afirmatif 10. Analisis Pekerjaan dan Perencanaan Sumber Daya Manusia 11. Perekrutan 12. Seleksi 13. Penempatan dan Orientasi 14. Pelatihan dan Pengembangan
Pustaka	Utama
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler and Keller. 2014. Marketing Management, 14ed Prentice Hall. 2. Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 13. Penerbit Erlangga. 3. Byars, Lloyd L. , Leslie W. Rue, Nabil A. Ibrahim, 2016, HUMAN RESOURCE MANAGEMENT 11ED, McGraw Hill, New York City. 4. Gary Dessler, Human Resource Management, Edisi Indonesia, 2015, Jakarta: Salemba Empat 5. Mondy, R. W. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia, edisi kesepuluh, jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga: Jakarta.
	Pendukung <ol style="list-style-type: none"> 1. Wood, Marian Burk. Buku Panduan Perencanaan Pemasaran (terjemahan); Indeks. Jakarta. Edisi Ketiga. 2009 2. Craavens DW & Piercy NF, Strategic Marketing, Mc Graw Hill, Eighth edition, 2006 3. Walker DC, Boyd HW, and Larreche JC, Marketing Strategy: Planning and Implementation, McGraw–Hill, Third edition, 1999.

	<p>4. Bagozzi RP (1998), Marketing Management, Prentice Hall, USA</p> <p>5. Capon N, Vanhonacker WR (1999), The Asian Marketing Casebook, Prentice Hall, USA.</p> <p>6. Dessler, G. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia, edition sepuluh, jilid 1 dan 2. Penerbit INDEKS: Jakarta.</p> <p>7. Noe, Hollenbeck, Gehart & Wright, <i>Human Resource Management</i>, 2015. New York: McGraw-Hill.</p> <p>8. Kasmir. 2015. Manajemen SDM. Grafindo.</p>							
Dosen Pengampu	Team Manajemen Pemasaran dan SDM Insani							
Mata Kuliah Prasyarat	Manajemen Pemasaran							
Bobot Penilaian								
Mg Ke -	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)	Tugas
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (5)	Daring (6)			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu menyebutkan dan menjelaskan definisi dan ruang lingkup serta strategi umum manajemen pemasaran Mahasiswa mampu 	1.1. Ketepatan mahasiswa dalam menjelaskan definisi dan ruang lingkup dari manajemen	Kriteria : Pemahaman dan ketepatan dalam menjelaskan	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi	eLearning: • ELEARNING • UNSRI • googleclassroom.com • PRODI • Paltform	<ul style="list-style-type: none"> Pengertian Manajemen Pemasaran Ruang Lingkup Pemasaran Konsep – konsep inti pemasaran 	10	Tugas 1: Membuat Resume dan mengidentifikasi strategi umum dari manajemen pemasaran

	menjelaskan, menguraikan dan mengimplementasikan konsep serta alat pemasaran yang berorientasi perusahaan	pemasaran serta strategi umum manajemen pemasaran 1.2. Ketepatan Mahasiswa menjelaskan konsep dan alat pemasaran yang berorientasi pada perusahaan	Bentuk non-test : Tanya Jawab	(100") Reading Assignment (170")	Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	dalam memahami pelanggan <ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan atau orientasi pemasaran • Strategi diversifikasi, penetrasi dan pengembangan pasar 		
2	Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis dan merumuskan Lingkungan pemasaran	1.1. Ketepatan dan kesesuaian dalam menganalisa lingkungan pemasaran	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: Latihan Case Study Kelompok	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 2x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep Lingkungan Pemasaran • Jenis-Jenis Lingkungan Pemasaran 	10	Tugas 2 Studi Kasus Kelompok menjawab masalah terkait analisis tentang strategi dan lingkungan pemasaran

3	Mahasiswa mampu menjelaskan, mengklasifikasikan dan mendiferensiasikan konsep dari pasar bisnis dan pasar konsumen serta perilaku pembeliannya	1.1. Ketepatan menjelaskan dan mengevaluasi kesesuaian tentang konsep pasar konsumen dan pasar bisnis serta perilaku pembelian konsumen	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian, dan ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: Case Study Kelompok	On- Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 2x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian pasar konsumen dan pasar bisnis • Perilaku pembelian pada pasar konsumen dan pasar bisnis • Proses pengambilan keputusan pada pasar konsumen dan pasar bisnis 	10	Tugas 3 Studi kasus kelompok mengenai Pasar Bisnis dan Pasar Konsumen
4	Mahasiswa mampu	1.1. Ketepatan	Kriteria:	On-	eLearning:	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep Strategi 	10	Tugas 4:

	menjelaskan, mengklasifikasikan dan merumuskan strategi Segmentasi, Targetting dan positioning dalam manajemen pemasaran	menjelaskan dan mengevaluasi kesesuaian tentang strategi STP	Ketepatan dan penguasaan serta ketelitian dalam mengevaluasi strategi STP Bentuk non-test: Diskusi dan tanya jawab	Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	• ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	Segmenting, Targetting dan Positioning • Contoh kasus		Membuat makalah Marketing Plan dan studi kasus
5	Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis dan mengklasifikasikan penentuan produk, jasa dan merek	1.1. Ketepatan menjelaskan dan mengevaluasi kesesuaian tentang penentuan produk, jasa dan merek	Kriteria: Ketepatan, ketajaman dan penguasaan dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi dan	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	• Definisi produk dan jasa • Klasifikasi produk • Lini produk • Bauran pemasaran produk • Strategi penentuan merek	10	Tugas 5 : Membuat makalah Marketing Plan dan studi kasus

			tanya jawab					
6	Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan produk dan siklus hidup produk	1.1. Ketepatan menjelaskan dan mengevaluasi kesesuaian tentang pengembangan produk baru dan siklus hidup produk	Kriteria: Ketepatan, ketajaman dan penguasaan dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi dan makalah	On- Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi pengembangan produk • Siklus hidup produk 	10	Tugas 6 : Studi Kasus perancangan strategi pengembangan produk serta membuat makalah marketing plan (lanjutan)
7	Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis dan merumuskan strategi penetapan harga produk	1.1. Ketepatan menjelaskan dan mengevaluasi kesesuaian tentang konsep penetapan harga produk	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menganalisis Bentuk	On- Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian harga • Penetapan harga produk • Komponen harga yang mempengaruhi harga 	10	Tugas 7 : Studi Kasus perancangan strategi penetapan harga dan membuat makalah

			non-test: Diskusi dan case study	Assignment (170")	[PB: 2x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan dan metode penetapan harga produk 		marketing plan (lanjutan)
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaiki proses pembelajaran berikutnya (20%)							
9	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dan etika dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia	1.1. Ketepatan menjelaskan tentang pengetahuan, ilmu, konsep dan tantangan Manajemen SDM 1.2. •	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi dan Tanya-Jawab	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian konsep • Manajemen SDM • Tujuan-tujuan Manajemen SDM • Fungsi-fungsi Manajemen SDM • Lingkungan Manajemen SDM 	10	Tugas 8 : Membuat Resume dan mengidentifikasi konsep manajemen SDM
10	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dan etika dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia • Mahasiswa mampu 	1.1. Ketepatan menjelaskan tentang keberagaman angkatan kerja	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketajaman dalam	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com	<ul style="list-style-type: none"> • Angkatan kerja • Peluang kerja SDM 	10	Tugas 9 : Studi Kasus Kelompok Mengenai keberagaman

	merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa	1.2. Ketepatan menjelaskan peluang kerja	menganalisis sBentuk non-test: Latihan Case Study Kelompok	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi (100") Reading Assignment (170") 	<ul style="list-style-type: none"> Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]			Angkatan kerja, peluang kerja setara dan Tindakan afirmatif
11	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia 	1.1. Ketepatan menjelaskan tentang konsep analisis perkerjaan dan perencanaan sumber daya manusia	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian, dan ketajaman dalam menganalisis sBentuk non-test: Case Study Kelompok	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Tutorial Slide PPT (50") Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Pengertian konsep perencanaan SDM Pengertian konsep analisis jabatan Proses perencanaan SDM Peramalan kebutuhan SDM 	10	Tugas 10: Studi kasus kelompok mengenai Perencanaan SDM
12	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa Mahasiswa mampu 	1.1. etepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang konsep rekrutmen SDM	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Tutorial Slide PPT (50") Diskusi 	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform 	<ul style="list-style-type: none"> Konteks pemasaran global Lingkungan pemasaran global Kasus-kasus yang berkaitan dengan 	10	Tugas 11 : Studi Kasus mengenai isu-isu pemasaran global

	menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia		dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi	(100") Reading Assignment (170")	Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	pemasaran global		
13	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia 	1.1. •	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: Case Study Kelompok	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") • Diskusi (100") Reading Assignment (170")	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Langkah-langkah proses seleksi Teknik-teknik menilai pelamar Proses seleksi SDM Tahapan seleksi Jenis-jenis tes dan wawancara 	10	Tugas 12 : Membuat makalah Proses Seleksi SDM dan studi kasus
14	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa Mahasiswa mampu 	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi, dan kesesuaian tentang konsep penempatan dan	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") Diskusi	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform	<ul style="list-style-type: none"> Pengertian Penempatan dan Orientasi Proses Penempatan dan Orientasi 	10	Tugas 13 : Studi Kasus penempatan & orientasi SDMmarketing plan (lanjutan)

	menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia	orientasi.	dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi dan Tanya-Jawab	(100") Reading Assignment (170")	Online (Zoom) [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Syarat-syarat Penempatan dan Orientasi Pengaruh Nilai terhadap Penempatan dan Orientasi Test Keabsahan (Validation) Bentuk-bentuk Keabsahan, Metode-metode, Kendala-kendala Strategi Validasi test 		
15	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu merumuskan masalah dalam bidang Manajemen SDM dan menyusun hipotesa Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam 	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian tentang konsep menganalisis kebutuhan pelatihan dan pengembangan,	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam mengevaluasi Bentuk non-test: Diskusi dan	On-Classroom • Tutorial Slide PPT (50") Diskusi (100") Reading Assignment	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online (Zoom) [PB:	<ul style="list-style-type: none"> Pengertian konsep pelatihan dan pengembangan Metode-metode pelatihan dan pengembangan Faktor-faktor yang mempengaruhi 	10	Tugas 14 : Membuat resume dan menjawab pertanyaan mengenai pelatihan dan pengembangan karyawan

	bidang Manajemen Sumber Daya Manusia	metode yang digunakan dalam pelatihan dan pengembangan	tanya jawab	(170")	1x(3x50")]	pelatihan dan pengembangan • Jenis program pelatihan dan pengembangan		
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (20%)							

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL–PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL–PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Sub–CP Mata kuliah (Sub–CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti–bukti.
6. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator–indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. Bentuk penilaian: tes dan non–tes.

8. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. Metode Pembelajaran: Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot penilaian adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan Terstruktur, BM=Belajar Mandiri.