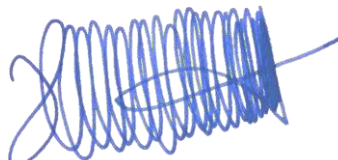




UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Kode Dokumen:
(diisi oleh admin PRODI)

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Branding	EIM3076	Mata Kuliah Pilihan MBKM Prodi	T=3	P=0	5	
OTORITAS/PENGESAHAN	Dosen Pengembangan RPS		Koordinator RMK		Ko PRODI	
	Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A.		Nofiaway, S.E., M.M.		Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, 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 dan etika dalam bidang Branding					
CPMK-2	Mahasiswa mampu merumuskan masalah dan menyusun hipotesa					

	CPMK-3	Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Branding													
	CPMK-4	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data pemasaran dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis													
	CPMK-5	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Branding													
CPL ☑ Sub-CPMK															
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang konsep dan ruang lingkup Brand (CPMK1)													
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Konseptualisasi Brand dan peran strategik (CPMK3)													
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Manajemen Merek (Brand Management) (CPMK3)													
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Konseptualisasi Brand Equity (CPMK3)													
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengukuran Brand Equity (CPMK3)													
	Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan serta membuat strategi merek (CPMK3)													
	Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan materi presentasi mengenai Studi Kasus yang berhubungan dengan merek (CPMK2, CPMK3)													
	Sub-CPMK8	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Pioneer Brand dan Imitator Brand (CPMK3)													
	Sub-CPMK9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Local Brand versus Global Brand (CPMK3)													
	Sub-CPMK10	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Brand Promise (CPMK3)													
	Sub-CPMK11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Brand Bue Print (CPMK3)													
	Sub-CPMK12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai cara membangun merek yang kuat (CPMK5)													
	Sub-CPMK13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hasil pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek (CPMK2, CPMK4, CPMK5)													
	Sub-CPMK14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hasil pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek (CPMK2, CPMK4, CPMK5)													
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK															
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6	Sub-CPMK 7	Sub-CPMK 8	Sub-CPMK 9	Sub-CPMK 10	Sub-CPMK 11	Sub-CPMK 12	Sub-CPMK 13	Sub-CPMK 14
	CPMK-1	√													
	CPMK-2							√						√	√
	CPMK-3		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			
	CPMK-4													√	√
	CPMK-5												√	√	√

Deskripsi Singkat MK	<p>Mengetahui epistemologi dari brand dan branding, ruang lingkup branding, fungsi branding, proses branding, arsitektural branding, konstelasi dengan DKV desain grafis, desain multimedia, dan desain periklanan, memahami brand dalam konteks produk, korporat, institusi/komunitas, serta personal. Tujuan mata kuliah ini diharapkan mahasiswa memiliki kompetensi umum memahami, menghayati dan mengamalkan mengenai Brand Management, mengenai: 1) Latar Belakang dan faham pemikiran, mengenai brand management. 2) Interelasi pengertian brand, pandangan brand dengan management. Perkembangan brand, dan implementasi paradigma brand serta kaitan fungsi nilai-nilai brand management dalam mendukung pencapaian visi, misi dan tujuan mata kuliah brand management. Tujuan Khusus 1. Memahami dasar-dasar, maksud dan tujuan, ruang lingkup materi pokok-pokok bahasan serta metodologi pengkajian brand management. 2. Menganalisis serta memahami latar belakang dan faham-faham pemikiran yang mempengaruhi proses lahirnya, brand management. 3. Menjelaskan kausalitas dan faktor mengenai brand management. 4. Memahami dasar, tujuan, karakteristik, pola dasar dan program brand management. 5. Memahami pengertian pokok tentang brand dan brand management. 6. Memahami pengertian pokok dan interaksi brand dan cara pandangan mengenai brand management. 7. Memahami dan menghayati mengenai brand management dengan memberikan contoh suatu perusahaan. 8. Mengidentifikasi dan memahami dan mengamalkan nilai-nilai Brand dan faktor utama landasan brand management. 9. Menganalisis dan menyimpulkan serta mengapresiasi perkembangan dan peran penting Brand. 10. Menganalisis dan merumuskan tantangan, masalah yang dihadapi oleh Brand, solusi serta harapan ke masa depan. 11. Pengembangan paradigma pendidikan brand dalam kaitan fungsi dan peran brand management yang mendukung pencapaian visi, misi dan tujuan matakuliah brand management.</p>
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendahuluan, Pengantar Brand 2. Konseptualisasi Brand dan Peran Strategik 3. Brand Management 4. Konseptualisasi Brand Equity 5. Pengukuran Brand Equity 6. Brand Strategy 7. Pioneer Brand Versus Imitator Brand 8. Local Brand Versus Global Brand 9. Brand Promise 10. Brand Blueprint 11. Membangun Merek yang Kuat
Pustaka	<p>Utama</p> <p>Keller, K.L. Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Third Edition, Upper Saddle River, N.J. : Pearson Education International</p> <p>Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aaker, David. A. Building Strong Brand, The Free Press, New York. 2. Tjiptono F., Brand Management dan Strategy, PT Remaja Boedakarya: Bandung. 3. Swasty W., Branding: Memahami dan Merancang Merek 4. Kartajaya H., Brand Operation, Esensi: Jakarta 5. Simamora B., Aura Merek (7 Langkah Membangun Merek yang Kuat), PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

	6. A. Aker David., Manajemen Ekuitas Merek, Spektrum: Jakarta
Dosen Pengampu	Team Dosen Mata Kuliah Branding
Mata Kuliah Prasyarat	Manajemen Pemasaran
Bobot Penilaian	AA100% = 20% AUT + 50% APM + 20% AUS+ 10%AL □ AA = angka akhir, AUT = angka ujian tengah semester, APM = angka proyek/studi kasus mandiri, AUS = angka ujian semester, AL= tugas/kuis

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	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang konsep dan ruang lingkup Brand	Ketepatan dan kesesuaian menjelaskan tentang konsep dan ruang lingkup brand	Kriteria: Pemahaman dan ketepatan Bentuk non- test: Diskusi Tanya-Jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Pendahuluan Definisi dan Ruang Lingkup Brand • Unsur-unsur Branding • Jenis-jenis Branding • Fungsi dan Tujuan Branding 	10	-
2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Konseptualisasi Brand dan peran strategik	Ketepatan dan kesesuaian Menjelaskan tentang Konseptualisasi Brand dan peran strategik	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya-Jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep Branding • Hubungan Branding dengan Strategi Perusahaan 	10	-
3	Mahasiswa mampu memahami	Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, dan sistematika	On-Classroom Kuliah: Diskusi	eLearning: • ELEARNING UNSRI	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi Brand Management • Elemen Merek 	10	-

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					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
	dan menjelaskan tentang Manajemen Merek (Brand Management)	tentang Manajemen Merek	Bentuk non-test: Diskusi Tanya-Jawab Case study	[PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	<ul style="list-style-type: none"> Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Brand Loalty Brand Awareness Brand Positioning 		
4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Konseptualisasi Brand Equity	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang Konseptualisasi Brand Equity	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Definisi Brand Equity Peran Merek Cara menetapkan merek Memahami perbedaan merek Ekuitas merek berbasis pelanggan 	10	-
5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengukuran Brand Equity	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang pilihan dan pengukuran merek	Kriteria: Ketepatan penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Sistem pengukuran ekuitas merek Tujuan pengukuran ekuitas merek Pendekatan dasar untuk mengukur merek Model ekuitas merek 	10	-
6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan	Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian tentang pembuatan strategi merek	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian, dan Ketajaman dalam menganalisis	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom. 	<ul style="list-style-type: none"> Konsep Strategi merek Perspektif merek Interpretasi merek Merek produk 	10	-

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					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
	serta membuat strategi merek		Bentuk non- test: Diskusi Tanya jawab	x(3x60'')	com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')	• Hirarki Merek • Jenis-jenis strategi merek		
7	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan materi presentasi mengenai Studi Kasus yang berhubungan dengan merek	Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian pembahasan kasus mengenai merek	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian, dan Ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab Makalah	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'') [PT+BM: (1+1) x(3x60'')	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')	• Presentasi kasus tentang merek	10	-
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (15%)							
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Pioneer Brand dan Imitator Brand	Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian tentang Pioneer Brand dan Imitator Brand	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'') [PT+BM: (1+1) x(3x60'')	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')	• Definisi Pioneer Brand • Definisi Imitator Brand • Keunggulan menjadi pioneer merek • Jenis imitator merek	10	-
10	Mahasiswa mampu memahami dan	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian tentang Local Brand versus Global Brand	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')	eLearning: • ELEARNING UNSRI	• Definisi merek lokal dan merek global • Perbandingan antara merek lokal	10	-

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					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
	menjelaskan mengenai Local Brand versus Global Brand		Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	[PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	<ul style="list-style-type: none"> Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> dan merek global • Contoh merek lokal dan merek global 		
11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Brand Promise	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang Brand Promise	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Definisi Brand Promise Peran penting brand Promise dalam pemasaran Cara membuat brand promise Strategi membuat brand promise 	10	-
12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Brand Blue Print	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang Brand Blue Print	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom.com PRODI Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Definisi Brand Blue Print Konsep Brand Blue Print Peran penting Brand Blue Print 	10	-
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai cara membangun	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang cara membangun merek yang kuat	Kriteria: Pemahaman dan Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI Googleclassroom.com PRODI 	<ul style="list-style-type: none"> Cara membangun merek yang kuat Penentuan strategi merek Membentuk tampilan merek 	10	-

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)
	merek yang kuat		Tanya jawab		Platform Online [PB: 1x(3x50'')]			
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hasil pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek	Ketepatan menjelaskan, Dan kesesuaian sistematika tentang pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek	Kriteria: Pemahaman dan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab Makalah	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	• Presentasi kasus tentang merek	10	-
15	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hasil pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek	Ketepatan menjelaskan, dan Kesesuaian sistematika tentang pembahasan studi kasus berkaitan dengan merek	Kriteria: Pemahaman dan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Diskusi Tanya jawab Makalah	On-Classroom Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • Googleclassroom.com PRODI • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	• Presentasi kasus tentang merek	10	-
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (15%)							

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. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria 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.