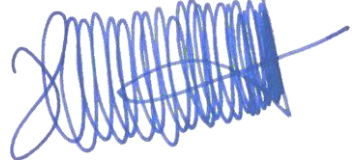




UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Kode Dokumen:
(diisi oleh admin PRODI)

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Seminar Manajemen Pemasaran	EIM3070	Mata Kuliah Wajib Konsentrasi	T=3	P=0	7	
OTORITAS/PENGESAHAN	Dosen Pengembangan RPS		Koordinator RMK		Ko PRODI	
	Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.		Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A.		Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, MM 	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL1(S9)	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri				
	CPL2 (S11)	Memiliki sikap etis dan estetis, komukatif, adaptif, dan apresiatif				
	CPL2 (KU1)	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahlian manajemen				
	CPL3 (KU2)	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur pada bidang keahlian manajemen				
	CPL4 (KU3)	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni				
	CPL5 (KU4)	Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi				
	CPL6 (KU5)	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data				
CPL7 (KU6)	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya					

CPL8 (KU7)	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya
CPL9 (KU8)	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri
CPL10 (KU9)	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi
CPL11(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
CPL12 (KK2)	Mampu bekerja pada bidang keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, Bisnis Syariah pada sektor swasta maupun pemerintahan
CPL13(KK3)	Mampu melakukan analisa dan pemecahan masalah bisnis menggunakan metode ilmiah dan prinsip-prinsip manajemen
CPL14(KK4)	Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang manajemen
CPL15(KK5)	Mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan memformulasikan dalam rencana bisnis yang komprehensif
CPL16(KK6)	Mampu berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan dan tertulis, dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi.
CPL17 (PP1)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen dan bisnis
CPL18(PP2)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis Syariah dan Kewirausahaan
CPL19(PP3)	Memahami konsep dan teknik-teknik pemecahan masalah bisnis dalam bidang keilmuan manajemen dan bisnis
CPL20(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 Pemasaran
CPMK-2	Mahasiswa mampu merumuskan masalah dan menyusun hipotesa
CPMK-3	Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Seminar Manajemen Pemasaran
CPMK-4	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data keuangan dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis
CPMK-5	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Pemasaran
CPL → Sub-CPMK	
Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang konsep manajemen pemasaran
Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Rencana dan Strategi Pemasaran
Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan secara sistematis mengenai Informasi dan Peluang dalam Lingkungan Pemasaran
Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang konsep Riset Pemasaran
Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai nilai, kepuasan, dan kesetiaan pelanggan
Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Pasar Konsumen
Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pasar Bisnis
Sub-CPMK8	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Ekuitas Merek

	Sub-CPMK9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai segmentasi, target pasar, pemosisian													
	Sub-CPMK10	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Design dan Pengelolaan jasa													
	Sub-CPMK11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Strategi Produk													
	Sub-CPMK12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep strategi harga													
	Sub-CPMK13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Strategi Saluran Distribusi													
	Sub-CPMK14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Strategi Promosi/ Komunikasi Pemasaran													
	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-CPMK1 0	Sub-CPMK1 1	Sub-CPMK1 2	Sub-CPMK1 3	Sub-CPMK1 4
	CPMK -1	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK -2	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK -3	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK -4	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK -5	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini pada berisi proposal yang dibuat secara perorangan dengan mengangkat atau menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan topik-topik atau isu terkini yang ada dan terjadi dalam bidang Manajemen Pemasaran. Mata kuliah ini memberikan penilaian atas penguasaan mahasiswa tentang mata kuliah prasyarat, seperti Perilaku Konsumen, Manajemen Penjualan & Periklanan, dan Riset Pemasaran dalam bentuk Proposal Skripsi. Proposal ini akan di ujikan pada mata kuliah ini bersama dengan Pembimbing Skripsi yang telah ditentukan oleh Program Studi (PRODI). Adapun prasyarat untuk mata kuliah ini adalah Sudah Lulus 3 (tiga) MK Wajib Konsentrasi Peminatan; Lulus Minimum 125 sks; Metodologi Penelitian Bisnis min B; Menyiapkan Proposal Penelitian untuk Penilaian; dan Kehadiran dalam Seminar Konsentrasi Peminatan adalah 85% dari 16 kali pertemuan.														
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Manajemen Pemasaran 2. Rencana dan Strategi Pemasaran 3. Informasi dan Peluang dalam Lingkungan Pemasaran 4. Riset Pemasaran 5. Nilai, kepuasan, dan kesetiaan pelanggan 6. Analisis Pasar Konsumen 7. Analisis Pasar Bisnis 8. Ekuitas Merek 9. Segmentasi, Target Pasar, dan Pemosisian 10. Design dan Pengelolaan Jasa 														

	11. Strategi Produk 12. Strategi Harga 13. Strategi saluran Distribusi 14. Strategi Promosi/ Komunikasi Pemasaran
Pustaka	Utama
	1. Kotler, Philip and Kevin Lane (2006), Marketing Management, Edisi 12, Englewood Cliffs, N.J, Prentice-Hall, Inc
	Pendukung
	1. Bagozzi RP (1998), Marketing Management, Prentice Hall, USA 2. Capon N, Vanhonacker WR (1999), The Asian Marketing Casebook, Prentice Hall, USA 3. Dalrymple DJ, Parsons LJ (2000), Marketing Management Text and Cases, 7th edition, John Wiley & Sons, Inc. 4. Kerin RA, Peterson RA (1998), Strategic Marketing Problems: Cases and Comments, 8th edition, Prentice Hall International, Inc. 5. Peter J P, Olson J C (2000), Understanding Consumer Behavior, 2nd ed, Irwin R D, Inc. USA
Dosen Pengampu	Tim Seminar Manajemen Pemasaran
Mata Kuliah Prasyarat	Metodologi Penelitian Bisnis, Perilaku Konsumen, Manajemen Penjualan & Periklanan, Riset 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 manajemen pemasaran	1.1. Ketepatan dan kesesuaian menjelaskan tentang konsep manajemen pemasaran	Kriteria: Pemahaman dan ketepatan Bentuk non-test: Tanya-Jawab	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi [PB: 1x(3x50")] [PT+BM: (1+1)x(3x60")]	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com PRODI Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Bauran pemasaran Riset pemasaran Pasar konsumen Pasar bisnis STP 	10	-
2	Mahasiswa mampu	1.1. Ketepatan dan kesesuaian	Kriteria:	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah 	eLearning	<ul style="list-style-type: none"> Perencanaan strategis 	10	Tugas 1:

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)
	memahami dan menjelaskan tentang Rencana dan Strategi Pemasaran	sistematika tentang Rencana dan Strategi Pemasaran	Pemahaman dan ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Case study Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi [TM: 2x(3x50'')] [PT+BM: (2+2) x(3x60'')] 	<ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online [PB: 2x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan strategis Porotoflio bisnis Manajemen hubungan kemitraan 		Mengakses melalui internet atau media lainnya tentang Rencana dan strategi pemasaran
3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan secara sistematis mengenai Informasi dan Peluang dalam Lingkungan Pemasaran	1.1. Ketepatan dan kesesuaian menjelaskan tentang Informasi dan Peluang dalam Lingkungan Pemasaran	Kriteria: Pemahaman dan ketepatan dalam menjelaskan Bentuk non-test: Case study Mandiri	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi [TM: 2x(3x50'')] [PT+BM: (2+2) x(3x60'')] 	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online [PB: 2x(3x50'')] 	<ul style="list-style-type: none"> Sistem informasi pemasaran Lingkungan Mikro perusahaan Lingkungan makro perusahaan 	10	Tugas 2: Menjawab masalah yang terkait case study mengenai Informasi dan Peluang dalam Lingkungan Pemasaran
4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang konsep Riset Pemasaran	Kriteria: Ketepatan, penguasaan dan ketelitian Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi individu [TM: 1x(3x50'')] 	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online 	<ul style="list-style-type: none"> Proses riset pemasaran Proses riset informasi pemasaran 	10	Tugas 3: Menjawab masalah yang terkait case study tentang Riset Pemasaran dan

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)
	konsep Riset Pemasaran		kelompok	[PT+BM: (1+1)x(3x60")]	[PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen hubungan pelanggan 		pemecahan masalah
5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai nilai, kepuasan, dan kesetiaan pelanggan	1.1. Ketepatan menjelaskan mengenai nilai, kepuasan dan kesetiaan pelanggan	Kriteria: Ketepatan, penguasaan dan ketelitian Bentuk non-test: Latihan case study kelompok	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi individu [TM: 1x(3x50")] [PT+BM: (1+1)x(3x60")]	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Membangun nilai Mengukur kepuasan Membangun kesetiaan pelanggan Manajemen mutu 	10	Tugas 4: Menjawab masalah yang terkait case study tentang nilai, kepuasan dan kesetiaan pelanggan
6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai Pasar Konsumen	1.1. Ketepatan menjelaskan mengenai Pasar Konsumen	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, dan ketelitian Bentuk non-test: Latihan case study Kelompok	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi [TM: 2x(3x50")] [PT+BM: (2+2)x(3x60")]	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online [PB: 1x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Perilaku pembelian konsumen Karakteristik pembelian pasar konsumen Tipe produk dan keputusan pembelian proses keputusan konsumen 	10	Tugas 5: Menjawab masalah yang terkait case study Pasar konsumen
7	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pasar Bisnis	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengenai Pasar Bisnis	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, dan ketelitian Bentuk non-test: Latihan case study Kelompok	On-Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi [TM: 2x(3x50")] [PT+BM: (2+2)x(3x60")]	eLearning <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com Platform Online [PB: 2x(3x50")]	<ul style="list-style-type: none"> Perilaku pembelian bisnis Permintaan bisnis Karakteristik pembelian pasar bisnis Tipe produk dan Keputusan pembelian 	10	Tugas 6 Menjawab masalah yang terkait case study Pasar bisnis
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20%)							

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 & Tehnik					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Ekuitas Merek	1.1. Ketepatan menjelaskan, dan kesesuaian tentang konsep Ekuitas Merek	Kriteria: Ketepatan, dan penguasaan Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study Mandiri	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [TM: 2x(3x50'')] [PT+BM: (2+2)x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Brand awareness • Brand association • Brand loyalty • Brand identity • Membangun ekuitas merek 	10	-
10	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan mengenai segmentasi, target pasar, pemosisian	1.1. Ketepatan menjelaskan, dan kesesuaian sistematika tentang segmentasi, target pasar, pemosisian	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam mengevaluasi Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study Mandiri	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [TM: 2x(3x50'')] [PT+BM: (2+2)x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentasi pasar • Target pasar • Diferensiasi • Pemosisian 	10	Tugas 7 Menjawab masalah yang terkait case study segmentasi, target pasar, pemosisian
11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Design dan Pengelolaan jasa	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengenai Design dan Pengelolaan jasa	Kriteria: Ketepatan, dan ketelitian Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study Kelompok	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [TM: 1x(3x50'')] [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian jasa • Karakteristik jasa • STP jasa • Bauran pemasaran jasa 	10	Tugas 8: Menjawab masalah yang terkait case study Design dan Pengelolaan jasa

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 & Tehnik					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Strategi Produk	1.1. Ketepatan menjelaskan, dan kesesuaian sistematika tentang konsep Strategi Produk	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, dan sistematika Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study Kelompok	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 2x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Klasifikasi produk B2B • Klasifikasi produk B2C • Bauran produk • Daur hidup produk • Inovasi dan diversifikasi produk 	10	Tugas 9: Menjawab masalah yang terkait case study tentang Strategi Produk
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep strategi harga	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang konsep strategi harga	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, dan ketelitian Bentuk non-test: Tanya jawab Latihan case study Mandiri	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [PT+BM: (1+1) x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 2x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi penerapan harga • Dimensi strategi harga • Fleksibilitas harga • Tujuan penetapan harga • Kebijakan penetapan harga 	10	Tugas 10: Menjawab masalah yang terkait case study tentang Strategi Harga
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep Strategi Saluran Distribusi	1.1. Ketepatan menjelaskan konsep Strategi Saluran Distribusi	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman Bentuk non-test: Tanya-Jawab	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [TM: 2x(3x50'')] [PT+BM: (2+2) x(3x60'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com • Platform Online [PB: 1x(3x50'')]	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian saluran distribusi • Macam-macam saluran distribusi • Memilih saluran distribusi • Fungsi-fungsi saluran distribusi • Konflik dalam saluran distribusi 	10	Tugas 11: Menjawab masalah yang terkait case study tentang Strategi Saluran Distribusi
15	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan	1.1. Ketepatan menjelaskan konsep Strategi Promosi/ Komunikasi Pemasaran	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman Bentuk non-test: Tanya-Jawab	On-Classroom • Kuliah • Diskusi individu [TM: 2x(3x50'')]	eLearning • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com	<ul style="list-style-type: none"> • Bauran produk • Tipe dasar strategi promosi 	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 & Tehnik					
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)	(9)
	konsep Strategi Promosi/ Komunikasi Pemasaran			[PT+BM: (2+2) x(3x60'')]	<ul style="list-style-type: none"> Platform Online [PB: 1x(3x50'')] 			
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. 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.