

		<p style="text-align: center;"><b>Universitas Negeri Surabaya</b>  <b>Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan</b>  <b>Program Studi S1 Ilmu Keolahragaan</b></p>						<p style="text-align: right;">Kode Dokumen</p>																																		
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>																																										
<b>MATA KULIAH (MK)</b>		<b>KODE</b>		<b>Rumpun MK</b>		<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																	
Pemasaran Olahraga		8920102244				T=2 P=1 ECTS=4.77		6	22 November 2024																																	
<b>OTORISASI</b>		<b>Pengembang RPS</b>			<b>Koordinator RMK</b>			<b>Koordinator Program Studi</b>																																		
		.....			.....			Dr. Heri Wahyudi, S.Or., M.Pd.																																		
<b>Model Pembelajaran</b>	Case Study																																									
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																									
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																									
	Matrik CPL - CPMK																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="width: 100px; height: 30px;"></td> <td colspan="16" style="text-align: center;">CPMK</td> </tr> </table>										CPMK																															
	CPMK																																									
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td rowspan="2" style="width: 50px; height: 30px;"></td> <td colspan="16" style="text-align: center;">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">6</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">7</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">8</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">9</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">10</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">11</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">12</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">13</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">14</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">15</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">16</td> </tr> </table>										Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	Minggu Ke																																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																										
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	<p>Pemasaran saat ini mengharuskan perusahaan mengubah mekanisme dari mengelola olahraga menjadi mengelola pelanggan olahraga. Perusahaan akan mengumpulkan database tentang pelanggan perorangan sehingga perusahaan dapat lebih memahami pelanggan dan memberikan penawaran serta pesan secara pribadi. Perusahaan maupun pemasar perlu menjalankan pemasaran holistik, dimana pengembangan, perancangan, dan implementasi program, proses, dan kegiatan pemasaran yang melihat keluasan dan kesalingtergantungan lingkungan pemasaran saat ini melalui dimensi kunci pemasaran olahraga, yaitu: Pemasaran Internal, Pemasaran Terintegrasi, Pemasaran Hubungan, dan Pemasaran Kinerja. Melalui pembelajaran matakuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa akan memperoleh wawasan tentang program-program pemasaran modern yang sesuai dengan abad 21 serta mempraktikkannya sebagai bentuk pemahaman tentang Ilmu Marketing. Today's marketing requires companies to change the mechanism from managing product portfolios to managing customer portfolios. The company will collect a database of individual customers so that the company can better understand customers and provide offers and messages in person. Companies and marketers need to run holistic marketing, where development, design, and implementation of marketing programs, processes and activities that see the breadth and interdependence of the current marketing environment through key dimensions of holistic marketing, namely: Internal Marketing, Integrated Marketing, Relationship Marketing, and Marketing Performance. Through learning Marketing Management courses, students will gain insight into modern marketing programs that are in line with the 21st century and practice it as a form of understanding about Marketing Science.</p>																																									
<b>Pustaka</b>	<p><b>Utama :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler &amp; Keller. 2016. Marketing Management 15e Global Edition. Harlow: Pearson</li> <li>2. Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D, 2008, Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas. Salemba Empat, Jakarta</li> </ol> <p><b>Pendukung :</b></p>																																									
<b>Dosen Pengampu</b>	<p>Dr. Pudjijuniarto, M.Pd.  Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D.  Dr. Roy Januardi Irawan, S.Or., M.Kes.  Yudi Dwi Saputra, M.Pd.</p>																																									
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu ]</b>		<b>Materi Pembelajaran [ Pustaka ]</b>			<b>Bobot Penilaian (%)</b>																																	
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>																																					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)			(8)																																	

1	Mahasiswa mampu menguraikan manajemen pemasaran.Students are able to elaborate marketing management.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mahasiswa mampu menguraikan definisi pemasaran untuk realitas baru.</li> <li>2.Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan perencanaan pemasaran.</li> <li>3.Students are able to decipher marketing definitions for new realities.</li> <li>4.Students are able to describe the development of marketing strategies and planning,</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliahMetode pembelajaran: diskusi kelompokForm of learning: lectureLearning method: group discussion 3 X 50			0%
2	Mahasiswa mampu menguraikan manajemen pemasaran.Students are able to elaborate marketing management.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mahasiswa mampu menguraikan definisi pemasaran untuk realitas baru.</li> <li>2.Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan perencanaan pemasaran.</li> <li>3.Students are able to decipher marketing definitions for new realities.</li> <li>4.Students are able to describe the development of marketing strategies and planning,</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliahMetode pembelajaran: diskusi kelompokForm of learning: lectureLearning method: group discussion 3 X 50			0%
3	Mahasiswa mampu menguraikan wawasan pemasaran.Students are able to decipher marketing insights.	Mahasiswa mampu menguraikan cara mengumpulkan informasi dan meramalkan permintaan.Students are able to outline how to gather information and predict requests.		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50			0%

4	Mahasiswa mampu menguraikan cara berhubungan dengan pelanggan. Students are able to describe how to connect with customers.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun hubungan loyalitas jangka panjang.</li> <li>2.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar konsumen.</li> <li>3.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar bisnis.</li> <li>4.Students are able to describe how to build long-term loyalty relationships.</li> <li>5.Students are able to decipher consumer market analysis.</li> <li>6.Students are able to decipher business market analysis.</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50		0%
5	Mahasiswa mampu menguraikan cara berhubungan dengan pelanggan. Students are able to describe how to connect with customers.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun hubungan loyalitas jangka panjang.</li> <li>2.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar konsumen.</li> <li>3.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar bisnis.</li> <li>4.Students are able to describe how to build long-term loyalty relationships.</li> <li>5.Students are able to decipher consumer market analysis.</li> <li>6.Students are able to decipher business market analysis.</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50		0%
6	Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun merek yang kuat.Students are able to describe how to build a strong brand.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mahasiswa mampu menguraikan identifikasi segmen pasar dan pasar sasaran.</li> <li>2.Mahasiswa mampu menguraikan penyusunan posisi merek.</li> <li>3.Students are able to decipher the identification of market segments and target markets.</li> <li>4.Students are able to describe the crafting of brand positioning.</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture s 3 X 50		0%

7	Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun merek yang kuat. Students are able to describe how to build a strong brand.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan identifikasi segmen pasar dan pasar sasaran.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan penyusunan posisi merek.</li> <li>3. Students are able to decipher the identification of market segments and target markets.</li> <li>4. Students are able to describe the crafting of brand positioning.</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lectures 3 X 50			0%
8	Ujian Tengah Semester Mid Test			3 X 50			0%
9	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru.</li> <li>3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga.</li> <li>4. Students are able to decipher the product strategy.</li> <li>5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets.</li> <li>6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.</li> </ol>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50			0%

10	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru.</li> <li>3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga.</li> <li>4. Students are able to decipher the product strategy.</li> <li>5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets.</li> <li>6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.</li> </ol>		<p>Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok  Form of learning: lecture  Learning method: group discussion  3 X 50</p>		0%
11	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru.</li> <li>3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga.</li> <li>4. Students are able to decipher the product strategy.</li> <li>5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets.</li> <li>6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.</li> </ol>		<p>Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok  Form of learning: lecture  Learning method: group discussion  3 X 50</p>		0%

12	Mahasiswa mampu menguraikan penyampaian dan pengomunikasian nilai. Students are able to decipher the delivery and communication of values.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan desain dan manajemen saluran pemasaran terintegrasi.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan manajemen eceran, grosir, dan logistik.</li> <li>3. Mahasiswa mampu menguraikan desain dan manajemen komunikasi pemasaran terintegrasi.</li> <li>4. Students are able to describe the design and management of integrated marketing channels.</li> <li>5. Students are able to elaborate on retail, wholesale, and logistics management.</li> <li>6. Students are able to elaborate on the design and management of integrated marketing communication.</li> </ol>		<p>Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50</p>		0%
13	Mahasiswa mampu menguraikan penyampaian dan pengomunikasian nilai. Students are able to decipher the delivery and communication of values.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menguraikan desain dan manajemen saluran pemasaran terintegrasi.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menguraikan manajemen eceran, grosir, dan logistik.</li> <li>3. Mahasiswa mampu menguraikan desain dan manajemen komunikasi pemasaran terintegrasi.</li> <li>4. Students are able to describe the design and management of integrated marketing channels.</li> <li>5. Students are able to elaborate on retail, wholesale, and logistics management.</li> <li>6. Students are able to elaborate on the design and management of integrated marketing communication.</li> </ol>		<p>Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50</p>		0%

14	Mahasiswa mampu menguraikan tanggung jawab pemasaran untuk kesuksesan jangka panjang. Students are able to elaborate on marketing responsibilities for long-term success.	<p>1.Mahasiswa mampu menguraikan manajemen organisasi pemasaran holistik untuk jangka panjang.</p> <p>2.Mahasiswa mampu menguraikan kesempatan menuju pasar global.</p> <p>3.Students are able to elaborate on the management of a holistic marketing organization for the long term.</p> <p>4.Students are able to outline opportunities to tap into global markets.</p>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50		0%
15	Mahasiswa mampu menguraikan tanggung jawab pemasaran untuk kesuksesan jangka panjang. Students are able to elaborate on marketing responsibilities for long-term success.	<p>1.Mahasiswa mampu menguraikan manajemen organisasi pemasaran holistik untuk jangka panjang.</p> <p>2.Mahasiswa mampu menguraikan kesempatan menuju pasar global.</p> <p>3.Students are able to elaborate on the management of a holistic marketing organization for the long term.</p> <p>4.Students are able to outline opportunities to tap into global markets.</p>		Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50		0%
16	Ujian Akhir Semester Final test			3 X 50		0%

#### Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
		0%

#### 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 studinya 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-CPMK 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. Kreteria 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.

File PDF ini digenerate pada tanggal 22 November 2024 Jam 13:44 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa