



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan
Program Studi S1 Manajemen Olahraga

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																				
Global Sport and Tourism Marketing	8930103020		T=2 P=1 ECTS=4.77	4	13 Maret 2025																																																																																				
OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi																																																																																						
	Erta, S.E., M.M.	Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd	Eva Ferdita Yuhantini, S.Pd., M.Kes.																																																																																						
Model Pembelajaran	Case Study																																																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																								
CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																								
CPL-8	Mampu melakukan manajemen setiap event olahraga dengan penganggaran dan pemasaran yang efektif berdasarkan teori manajemen olahraga																																																																																								
CPL-11	Mampu mengidentifikasi permasalahan bidang manajemen olahraga di Indonesia dan global																																																																																								
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																								
CPMK - 1	Mampu menguasai konsep dan metode Global Sport and Tourism Marketing																																																																																								
CPMK - 2	2) Mampu menganalisis aspek ekonomi, sosial, budaya, politik dan hukum dunia dalam Global Sport and Tourism Marketing																																																																																								
CPMK - 3	3) Mampu memiliki karakter iman, cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh didalam kegiatan pembelajaran dan Global Sport and Tourism Marketing																																																																																								
	Matrik CPL - CPMK																																																																																								
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-3</th> <th>CPL-8</th> <th>CPL-11</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </tbody> </table>					CPMK	CPL-3	CPL-8	CPL-11	CPMK-1	✓			CPMK-2		✓		CPMK-3			✓																																																																				
CPMK	CPL-3	CPL-8	CPL-11																																																																																						
CPMK-1	✓																																																																																								
CPMK-2		✓																																																																																							
CPMK-3			✓																																																																																						
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																								
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td> </tr> </tbody> </table>					CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓	✓															CPMK-2			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								CPMK-3										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPMK	Minggu Ke																																																																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																									
CPMK-1	✓	✓																																																																																							
CPMK-2			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																																
CPMK-3										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																									
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memberikan pemahaman berbagai konsep dan metode Global Sport and Tourism Marketing dengan memperhatikan aspek Olahraga, ekonomi, sosial, budaya, politik dan hukum dunia. Pemahaman tersebut diperoleh melalui referensi tertulis dan observasi di Pasar Global. Metode pembelajaran yang digunakan adalah analisis studi kasus, diskusi, tugas proyek dan refleksi.																																																																																								
Pustaka	<p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Graham Cateora , 2007, " International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat 2. Chandra Gregorius, Fandi Tjiptono, & Yanto Chandra, 2004, " Pemasaran Internasional : Internasionalisasi dan Internetisasi",penerbit Andi, yogyakarta. 3. Czinkota Michael R, Ilkka A Ronkainen, 1990, " International Marketing" 4Th edition, the Dryden Press, New York. 4. Kotler, P, 2000, "Marketing Management": The Mellenium Edition, Prentice Hall International , Upper Saddle River. 5. Kotler, P.,L Brown, S.Adam & G Armstrong , 2001 "Marketing" 5 th edition . Pearson Education Australia Pty Ltd., French Forest NSW. 6. Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey 7. Lamb, Hair Mc Daniel, 2002, 8. Majalah : SWA, Marketing , Business Week, Forbes, The Economic dan Mix <p>Pendukung :</p>																																																																																								

Dosen Pengampu		Prof. Dr. Andun Sudijandoko, M.Kes. Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D. Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd. Hijrin Fithroni, S.Or., M.Pd.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendiskripsikan 3 konsep dasar pemasaran 2. Mendiskripsikan perkembangan Internasionalisasi pasar 3. Menjelaskan ketiga orientasi manajemen pemasaran Internasional 4. Menguraikan 3 konsep pemasaran Internasional 5. Mencontohkan 7 tindakan yang mengakibatkan terperangkap dalam pasar Internasional 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian: Aktifitas Partisipatif</p>	Membaca literatur dan mendengarkan penjelasan pembelajar serta diiskusikan dengan teman sejawat 3x50		<p>Materi: Pemasaran internasional</p> <p>Pustaka: <i>Graham Cateora, 2007, "International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i></p>	4%
2	Mengidentifikasi konsep dasar pemasaran Internasional serta mengetahui faktor penyebab kegagalan memasuki pasar Internasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendiskripsikan 3 konsep dasar pemasaran 2. Mendiskripsikan perkembangan Internasionalisasi pasar 3. Menjelaskan ketiga orientasi manajemen pemasaran Internasional 4. Menguraikan 3 konsep pemasaran Internasional 5. Mencontohkan 7 tindakan yang mengakibatkan terperangkap dalam pasar Internasional 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian: Aktifitas Partisipatif</p>	Membaca literatur dan mendengarkan penjelasan pembelajar serta diiskusikan dengan teman sejawat 3x50		<p>Materi: Pemasaran internasional</p> <p>Pustaka: <i>Graham Cateora, 2007, "International Marketing" 13Th edition, Jakarta, Salemba Empat</i></p>	5%

3	Menganalisa lingkungan pemasaran internasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan perkembangan tren perekonomian dunia 2. Menguraikan sistem perekonomian dunia, ciri-ciri perkembangan negara berdasarkan GNP dan pola perdagangan 3. Mengkategorikan resiko-resiko politik dan menjelaskan cara mengatasi resiko tersebut 4. Membedakan 2 sistem hukum dunia yaitu common law dan code law serta mampu memberikan contoh penerapan hukum yang menghambat perdagangan 5. Membedakan adat dan budaya suatu negara yang berpengaruh terhadap pemasaran Internasional 6. Menjelaskan peran teknologi terhadap pemasaran Internasional 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Ceramah Diskusi teman sejawat 3x50		<p>Materi: Pemasaran internasional Pustaka: <i>Chandra Gregorius, Fandi Tjiptono, & Yanto Chandra, 2004, " Pemasaran Internasional : Internasionalisasi dan Internetisasi", penerbit Andi, yogyakarta.</i></p> <hr/> <p>Materi: Perkembangan tren perekonomian dunia Pustaka: <i>Czinkota Michael R, Ilkka A Ronkainen, 1990, " International Marketing" 4Th edition, the Dryden Press, New York.</i></p>	5%
4	Menganalisa lingkungan pemasaran Internasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan perkembangan tren perekonomian dunia 2. Menguraikan sistem perekonomian dunia, ciri-ciri perkembangan negara berdasarkan GNP dan pola perdagangan 3. Mengkategorikan resiko-resiko politik dan menjelaskan cara mengatasi resiko tersebut 4. Membedakan 2 sistem hukum dunia yaitu common law dan code law serta mampu memberikan contoh penerapan hukum yang menghambat perdagangan 5. Membedakan adat dan budaya suatu negara yang berpengaruh terhadap pemasaran Internasional 6. Menjelaskan peran teknologi terhadap pemasaran Internasional 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Ceramah Diskusi teman sejawat 3x50		<p>Materi: Pemasaran internasional Pustaka: <i>Chandra Gregorius, Fandi Tjiptono, & Yanto Chandra, 2004, " Pemasaran Internasional : Internasionalisasi dan Internetisasi", penerbit Andi, yogyakarta.</i></p> <hr/> <p>Materi: Perkembangan tren perekonomian dunia Pustaka: <i>Czinkota Michael R, Ilkka A Ronkainen, 1990, " International Marketing" 4Th edition, the Dryden Press, New York.</i></p>	5%

5	Mengidentifikasi di lingkungan Sport and Tourism	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memetakan potensi Sport and Tourism yang ada 2. Menjelaskan faktor kunci dalam strategi Sport and Tourism jangka pendek 3. Menguraikan 3 opsi Sport and Tourism jangka pendek dan jangka panjang yang di pakai oleh perusahaan global 4. Menjelaskan jenis-jenis resiko Globalisasi Sport and Tourism yang ada 5. Menjelaskan bagaimana mengelola resiko Globalisasi Sport and Tourism yang ada 6. Menjelaskan pengelolaan dan resiko Globalisasi Sport and Tourism 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		<p>Materi: Potensi Sport and Tourism Pustaka: Kotler, P, 2000, "Marketing Management": The Mellenium Edition, Prentice Hall International , Upper Saddle River.</p> <hr/> <p>Materi: Pengelolaan dan resiko Globalisasi Sport and Tourism Pustaka: Kotler, P.,L Brown, S.Adam & G Armstrong , 2001 "Marketing" 5 th edition . Pearson Education Australia Pty Ltd., French Forest NSW.</p>	5%
6	Mengidentifikasi di lingkungan Sport and Tourism	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memetakan potensi Sport and Tourism yang ada 2. Menjelaskan faktor kunci dalam strategi Sport and Tourism jangka pendek 3. Menguraikan 3 opsi Sport and Tourism jangka pendek dan jangka panjang yang di pakai oleh perusahaan global 4. Menjelaskan jenis-jenis resiko Globalisasi Sport and Tourism yang ada 5. Menjelaskan bagaimana mengelola resiko Globalisasi Sport and Tourism yang ada 6. Menjelaskan pengelolaan dan resiko Globalisasi Sport and Tourism 	<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		<p>Materi: Potensi Sport and Tourism Pustaka: Kotler, P, 2000, "Marketing Management": The Mellenium Edition, Prentice Hall International , Upper Saddle River.</p> <hr/> <p>Materi: Pengelolaan dan resiko Globalisasi Sport and Tourism Pustaka: Kotler, P.,L Brown, S.Adam & G Armstrong , 2001 "Marketing" 5 th edition . Pearson Education Australia Pty Ltd., French Forest NSW.</p>	5%

7	Mengidentifikasi konsep STP dalam Global Sport and Tourism Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1.Membedakan pasar domestik dan pasar Internasional dilihat dari segi batas antar pasar, pelanggan, persaingan, interdependensi, dan strategi 2.Menerangkan tingkatan kerjasama dan integrasi dalam bidang Sport Tourism 3.Menerangkan macam-macam segmentasi yang bisa di lakukan di Global Sport and Tourism Marketing dan memberikan contoh penerapannya masing-masing segmentasi yang ada 4.Menjelaskan 2 kriteria penerapan pasar sasaran sport tourism yaitu kriteria potensi dan kapabilitas dan penentuan strategi targetting yang tepat 5.Menjelaskan konsep positioning dan proporsi nilai yang harus dipertimbangkan sebelum melakukan positioning 	Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		Materi: Pasar domestik dan pasar Internasional Pustaka: Keegen Warren J, 2010,"Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey Materi: Tingkatan kerjasama dan integrasi dalam bidang Sport Tourism Pustaka: Keegen Warren J, 2010,"Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey	5%
8	UTS	Sesuai dengan pedoman penilaian	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio, Tes	Tes 3x50		Materi: UTS Pustaka: Kotler, P, 2000, "Marketing Management": The Mellenium Edition, Prentice Hall International , Upper Saddle River.	15%
9	Menganalisa strategi pemasaran kompetitif sport tourism	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menjelaskan 2 model kompetitif yang ada yaitu : market performance dan profit performance sport tourism Menjelaskan penerapan strategi opensive dan depensive bagi perusahaan yang dominan dipasar global dan contoh pelaksanaannya 2.Menjelaskan 3 strategi market leader sport tourism dan contoh penerapannya 3.Menjelaskan 2 strategi challangar dan contoh penerapannya 4.Menjelaskan 4 strategi follower 5.Menjelaskan 8 strategi bagi nicher market 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri diskusi teman sejawat 3x50		Materi: 2 model kompetitif Pustaka: Keegen Warren J, 2010,"Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey	5%

10	Menganalisa pemasaran sport tourism sebagai strategi untuk memasuki pasar global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan manfaat globalisasi dari sisi ekonomi dan non ekonomi bagi negara yang melakukan globalisasi 2. Merangkum teori globalisasi 3. Menjelaskan keterkaitan faktor pendorong globalisasi 4. Menjelaskan jenis dan sumber pemasaran globalisasi 5. Menjelaskan praktek pemasaran global Sport Tourism yang sukses dan contoh penerapannya 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		Materi: Pasar global Pustaka: Majalah : <i>SWA, Marketing , Business Week, Forbes, The Economic dan Mix</i> <hr/> Materi: Teori globalisasi Pustaka: Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey	5%
11	Mengidentifikasi produk Sport Tourism dan Pemasaran Internasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan lingkup produk Sport Tourism Internasional 2. Menjelaskan 6 strategi positioning produk global Sport Tourism 3. Menjelaskan 4 faktor dalam mendesain produk Internasional 4. Menjelaskan modifikasi produk Sport Tourism yang distandarisasi dan tidak standarisasi 5. Menjelaskan persepsi yang ditimbulkan dengan adanya coc 6. Menjelaskan 5 tahap ekspansi geografis 7. Menjelaskan tahapan siklus hidup produk Sport Tourism internasional 8. Menjelaskan aspek-aspek dalam pemasaran produk Sport Tourism 9. Menjelaskan faktor pemicu global Sport Tourism dan penerapannya 	Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		Materi: Produk sport tourism dan pemasaran internasional Pustaka: Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International ,New Jersey	5%

12	Menenal distribusi global Sport Tourism	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan alternatif saluran distribusi home country dan host country 2. Menjelaskan tujuan dan struktur saluran distribusi 3. Menjelaskan saluran efektivitas saluran distribusi di tinjau dari konsep 5c 4. Menjelaskan faktor penyebab konflik dan cara pemecahannya 5. Menunjukkan inovasi dalam saluran distribusi Internasional 6. Menjelaskan tujuan dan strategi penetapan harga globalisasi 	Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		Materi: Distribusi global sport tourism Pustaka: Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International, New Jersey	5%
13	Menenal distribusi global Sport Tourism	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan alternatif saluran distribusi home country dan host country 2. Menjelaskan tujuan dan struktur saluran distribusi 3. Menjelaskan saluran efektivitas saluran distribusi di tinjau dari konsep 5c 4. Menjelaskan faktor penyebab konflik dan cara pemecahannya 5. Menunjukkan inovasi dalam saluran distribusi Internasional 6. Menjelaskan tujuan dan strategi penetapan harga globalisasi 	Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat 3x50		Materi: Distribusi global sport tourism Pustaka: Keegen Warren J, 2010, "Internasional Marketing Management" Prentice Hall International, New Jersey	5%
14	Mengidentifikasi komunikasi global sport tourism marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan variabel kunci yang mempengaruhi global sport tourism marketing 2. Menjelaskan strategi komunikasi global sport tourism marketing 3. Menjelaskan isu terkini dalam komunikasi global sport tourism marketing 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat Studi kasus 3x50		Materi: Komunikasi global sport tourism marketing Pustaka: Lamb, Hair Mc Daniel, 2002,	5%

15	Menganalisa peran internet dalam menunjang global sport tourism marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan perspektif perkembangan e-commerce 2. Menjelaskan perubahan dari market place menjadi market space & internity marketing 3. Menguraikan aplikasi internet dalam bidang bisnis 4. Menjelaskan perubahan yang terjadi pada era digital marketing 5. Menjelaskan peluang dan tantangan internet marketing 	Kriteria: Sesuai dengan pedoman penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Literasi mandiri Diskusi teman sejawat Studi kasus 3x50		Materi: Perspektif perkembangan e-commerce Pustaka: <i>Kotler, P., L Brown, S. Adam & G Armstrong, 2001 "Marketing" 5 th edition . Pearson Education Australia Pty Ltd., French Forest NSW.</i>	5%
16	REVIEW DAN STUDI KASUS PEMASARAN INTERNASIONAL		Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Tes	Tes 3x50		Materi: Studi kasus Pustaka: <i>Majalah : SWA, Marketing , Business Week, Forbes, The Economic dan Mix</i>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	75.67%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	1.67%
3.	Penilaian Portofolio	6.67%
4.	Tes	15%
		99.01%

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-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.

Koordinator Program Studi S1
Manajemen Olahraga



Eva Ferdita Yuhantini, S.Pd.,
M.Kes.
NIDN 0716088805

UPM Program Studi S1
Manajemen Olahraga



Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd.,
M.Pd.
NIDN 0010058701



File PDF ini digenerate pada tanggal 13 Maret 2025 Jam 11:33 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa