

		<table><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><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><tr><td>CPMK-4</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-5</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-6</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-7</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-8</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-9</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-10</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-11</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-12</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-13</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></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-4				✓													CPMK-5					✓												CPMK-6						✓											CPMK-7							✓										CPMK-8								✓									CPMK-9									✓								CPMK-10										✓	✓						CPMK-11												✓	✓				CPMK-12														✓			CPMK-13															✓	
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-4				✓																																																																																																																																																																																																																																																												
CPMK-5					✓																																																																																																																																																																																																																																																											
CPMK-6						✓																																																																																																																																																																																																																																																										
CPMK-7							✓																																																																																																																																																																																																																																																									
CPMK-8								✓																																																																																																																																																																																																																																																								
CPMK-9									✓																																																																																																																																																																																																																																																							
CPMK-10										✓	✓																																																																																																																																																																																																																																																					
CPMK-11												✓	✓																																																																																																																																																																																																																																																			
CPMK-12														✓																																																																																																																																																																																																																																																		
CPMK-13															✓																																																																																																																																																																																																																																																	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa untuk menguasai wawasan dan ruang lingkup berbagai konsep bisnis keolahragaan di era global. Konsep bisnis ini diperlukan sebagai dasar untuk mempelajari pengetahuan bisnis yang lebih detail dalam studi lanjutan. Mahasiswa juga dibekali untuk memahami skala dan kelompok perusahaan olahraga, perencanaan bisnis olahraga, lingkungan yang mempengaruhi bisnis, etika bisnis, dan meninjau fungsi bisnis perusahaan. Pembelajaran dilakukan dengan Project Based Learning, Case Study dan Problem Based Learning. Perkuliahan dimulai dengan pemaparan konsep dan prinsip, tugas dan diskusi dengan mahasiswa, presentasi, dan praktik kearsipan. Output pembelajarannya adalah mahasiswa dapat mengambil keputusan berdasarkan analisis informasi dan data serta memberikan alternatif solusi terkait permasalahan dan tantangan dalam kegiatan bisnis keolahragaan.																																																																																																																																																																																																																																																															
Pustaka	Utama :																																																																																																																																																																																																																																																															
	1. Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.																																																																																																																																																																																																																																																															
	Pendukung :																																																																																																																																																																																																																																																															
Dosen Pengampu	Dr. Hijrin Fithroni, S.Or., M.Pd. Suryanto Agung Prabowo, S.Pd., M.Pd. Muhammad Afung Ardiles, S.E., M.M. Nur Salsabila Rhesa Pandhadha Putra, S.Pd., M.Sc.																																																																																																																																																																																																																																																															
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian				Bantuk 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	Mampu Menjelaskan Tentang Pemasaran Olahraga	1. Menghargai konteks di mana pemasaran olahraga terjadi, termasuk pertumbuhan industri olahraga. 2. mempertimbangkan evolusi komersialisasi olahraga dan bagaimana hal tersebut mendukung kebutuhan akan bentuk pemasaran olahraga yang khusus. 3. mempertimbangkan evolusi komersialisasi olahraga dan bagaimana hal tersebut mendukung kebutuhan akan bentuk pemasaran olahraga yang khusus.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50		Materi: KONTEKS BISNIS OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: KOMERSIALISASI OLAHRAGA SEBAGAI BISNIS Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	2%
2	Mampu Menjelaskan Tentang Pemasaran Olahraga	1. menjelaskan skala dan cakupan industri olahraga. 2. mengidentifikasi perbedaan antara tiga sektor olahraga dan perannya dalam pemasaran olahraga. 3. menjelaskan fitur-fitur unik dari produk olahraga.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50		Materi: FITUR-FITUR KHUSUS DARI PRODUK OLAHRAGA. Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Pustaka: Materi: FITUR-FITUR KHUSUS DARI PRODUK OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: INDUSTRI OLAHRAGA TERBARU Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	2%

3	Mampu memahami tentang konsumen olahraga	1.mengidentifikasi berbagai motif yang dimiliki konsumen untuk membeli produk dan layanan olahraga. 2.menjelaskan dampak dari setiap motif terhadap konsumsi olahraga. 3..menyoroti faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen olahraga. 4.menjelaskan bagaimana faktor eksternal dapat dipengaruhi oleh pemasar olahraga untuk mengubah sikap dan perilaku konsumen dan meningkatkan penggunaan produk.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, Diskusi, Studi kasus 2 X 50	Materi: MENJADI KONSUMEN Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: RUANG LINGKUP DAN SKALA KONSUMSI OLAHRAGA Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: KATEGORI KONSUMEN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: SPORT CONSUMER MOTIVES Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MOTIF KONSUMEN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	2%
---	--	---	---	---	---	----

4	Mampu menganalisis peluang bisnis keolahragaan	1. menjelaskan aktivitas pemasaran utama yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang pemasaran olahraga. 2. menjelaskan elemen-elemen dan tujuan analisis SWOT. 3. melakukan analisis lingkungan makro dan mikro. 4. menjelaskan proses dan pentingnya analisis pesaing.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Portofolio	Ceramah, Diskusi, Studi kasus 2 X 50	Materi: KERANGKA KERJA PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MENGIDENTIFIKASI PELUANG PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: ANALISIS PASAR DAN KONSUMEN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MENGANALISIS ORGANISASI Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	2%
---	--	---	--	---	---	----

5	Mampu Memahami tentang strategi pemasaran olahraga	1. menjelaskan proses penentuan arah pemasaran strategis. 2. mengidentifikasi pertimbangan utama ketika mengembangkan tujuan pemasaran strategis. 3. menguraikan faktor-faktor yang penting dalam menetapkan ukuran kinerja. 4. menjelaskan pentingnya menentukan strategi pemasaran inti. 5. mendefinisikan istilah posisi pasar dan segmentasi pasar. 6. mendiskusikan pentingnya segmentasi pasar. 7. mengidentifikasi pendekatan utama untuk segmentasi pasar. 8. menjelaskan proses dan pentingnya penentuan posisi pasar.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN YANG STRATEGIS Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MENULIS TUJUAN PEMASARAN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MENGEMBANGKAN POSITIONING PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: SEGMENTASI PASAR Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PENDEKATAN UNTUK MENGGUNAKAN SEGMENTASI Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PEMOSISIAN DAN DIFERENSIASI PASAR Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	2%
---	--	---	---	--------------------------------------	--	----

6	Mampu menyimpulkan tentang produk dan merek olahraga	1.mendefinisikan istilah produk olahraga. 2.menguraikan karakteristik utama produk olahraga. 3.menjelaskan kontinum produk olahraga. 4.mendefinisikan istilah augmentasi produk, dan menjelaskan strategi augmentasi. 5.mengidentifikasi proses inovasi dan pengembangan produk baru. 6.menjelaskan konsep siklus hidup produk.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50		Materi: menjelaskan proses membangun merek olahraga. Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: KONTINUM PRODUK OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PENAMBAHAN PRODUK Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: INOVASI PRODUK OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	5%
---	--	--	--	---	--	--	----

7	Mampu menyimpulkan tentang harga olahraga	1. menjelaskan proses penetapan harga strategis. 2. menguraikan berbagai tujuan penetapan harga yang tersedia bagi manajer pemasaran olahraga. 3. menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi sensitivitas harga. 4. menjelaskan apa itu analisis titik impas, dan bagaimana melakukannya. 5. mendiskusikan faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan penetapan harga.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, Diskusi, Studi kasus 2 X 50		Materi: Menguraikan berbagai strategi penetapan harga yang digunakan dalam industri olahraga. Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: Menguraikan berbagai strategi penetapan harga yang digunakan dalam industri olahraga. Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROSES PENETAPAN HARGA STRATEGIS Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	5%
8	UTS	Seluruh Indikator yang Diajarkan sebelum UTS	Kriteria: Tes Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio, Tes	Tes Terstruktur 3 X 50		Materi: Materi Seluruh Pertemuan 1-7 Pustaka: Aaron C.T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	10%

9	Mampu menyimpulkan tentang distribusi olahraga	- memahami pentingnya distribusi bagi keberhasilan pemasaran olahraga. - mendiskusikan konsep-konsep dasar distribusi olahraga. - mengidentifikasi berbagai jenis saluran distribusi olahraga - menjelaskan pentingnya fasilitas olahraga sebagai 'tempat'. - menjelaskan isu-isu utama dalam distribusi tiket	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: MASALAH DISTRIBUSI OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: JARINGAN DISTRIBUSI Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: FASILITAS OLAHRAGA (TEMPAT) Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: DISTRIBUSI TIKET Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	5%
10	Mampu menyimpulkan tentang sponsor dalam olahraga	- mendefinisikan istilah promosi. - menguraikan elemen-elemen bauran promosi. - menjelaskan kekuatan dan kelemahan dari setiap elemen bauran promosi. - mengidentifikasi tiga tujuan utama promosi. - menjelaskan langkah-langkah yang terlibat dalam perencanaan pendekatan promosi.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: DARI IKLAN UNTUK PROMOSI Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROMOSI TERPADU Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	5%

11	Mampu menyimpulkan tentang Sponsor dalam olahraga	1.mendefinisikan istilah sponsorship olahraga. 2.mengidentifikasi sasaran sponsorship potensial dan segmen pasar terkait. 3.menyoroti elemen-elemen utama penargetan sponsorship. 4.menguraikan bagian-bagian proposal sponsorship. 5.menentukan bagaimana sponsorship dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan. 6.menyoroti prinsip-prinsip utama evaluasi sponsorship. 7.menjelaskan apa yang dimaksud dengan pemasaran penyergapan. 8.mengidentifikasi lima taktik utama dalam mencegah pemasaran penyergapan.	Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: SPONSORSHIP DALAM BAURAN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: TUJUAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PENARGETAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROPOSAL SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: HAK SPONSORSHIP OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: EVALUASI SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	2%
----	---	---	--	--	---	----

12	Mampu menyimpulkan tentang pelayanan olahraga	1.mendefinisikan istilah sponsorship olahraga. 2.mengidentifikasi sasaran sponsorship potensial dan segmen pasar terkait. 3.menyoroti elemen-elemen utama penargetan sponsorship. 4.menguraikan bagian-bagian proposal sponsorship. 5.menentukan bagaimana sponsorship dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan. 6.menyoroti prinsip-prinsip utama evaluasi sponsorship. 7.menjelaskan apa yang dimaksud dengan pemasaran penyergapan. 8.mengidentifikasi lima taktik utama dalam mencegah pemasaran penyergapan.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: SPONSORSHIP DALAM BAURAN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: TUJUAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PENARGETAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROPOSAL SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: HAK SPONSORSHIP OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: EVALUASI SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	2%
----	---	--	---	---	---	----

13	Mampu menyimpulkan tentang pelayanan olahraga	1.mendefinisikan istilah sponsorship olahraga. 2.mengidentifikasi sasaran sponsorship potensial dan segmen pasar terkait. 3.menyoroti elemen-elemen utama penargetan sponsorship. 4.menguraikan bagian-bagian proposal sponsorship. 5.menentukan bagaimana sponsorship dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan. 6.menyoroti prinsip-prinsip utama evaluasi sponsorship. 7.menjelaskan apa yang dimaksud dengan pemasaran penyergapan. 8.mengidentifikasi lima taktik utama dalam mencegah pemasaran penyergapan.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus 2 X 50	Materi: SPONSORSHIP DALAM BAURAN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: TUJUAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PENARGETAN SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROPOSAL SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: HAK SPONSORSHIP OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: EVALUASI SPONSORSHIP Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	2%
----	---	--	---	---	---	----

14	Mampu menyimpulkan tentang pemasaran digital olahraga dan media sosial.	1.memahami istilah pemasaran digital dan media sosial. 2.mendefinisikan keuntungan dan kerugian pemasaran digital dan media sosial 3.menjelaskan bagaimana pemasaran digital dan media sosial berhubungan dengan Kerangka Kerja Pemasaran Olahraga. 4.mengidentifikasi enam prinsip utama pemasaran media sosial. 5.menjelaskan proses enam langkah untuk melibatkan konsumen dengan pemasaran media sosial. 6.menguraikan lima kategori besar teknologi pemasaran digital. 7.membedakan antara alat media sosial yang tersedia dan penggunaan yang tepat dalam pemasaran olahraga. 8.mempelajari contoh-contoh digital dan media sosial dengan berinteraksi dengan situs-situs mutakhir yang sudah ada dan melalui kasus-kasus singkat.	Kriteria: Kriteria: 1.85 < A < 100 2.80 < A- < 85 3.75 < B < 80 4.70 < B- < 75 5.65 < B- < 70 6.60 < C < 65 7.55 < C < 60 8.40 < D < 55 9.0 < E < 40 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Diskusi, dan Studi Kasus 2 X 50	Materi: MEMPERKENALKAN REVOLUSI DIGITAL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PEMASARAN OLAHRAGA DIGITAL: MEMIKIRKAN KEMBALI PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROSES PEMASARAN OLAHRAGA DIGITAL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: ALAT PEMASARAN OLAHRAGA DIGITAL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York. Materi: MEDIA SOSIAL: PUSAT BARU PEMASARAN OLAHRAGA DIGITAL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch.2024.Introduction to sport marketing.Third edition Abingdon, Oxon ; New York.	3%
----	---	--	---	---	--	----

15	Mampu menyimpulkan Implementasi dan kontrol pemasaran olahraga	1. menjelaskan pentingnya strategi implementasi dan kontrol dalam strategi pemasaran olahraga. 2. menjelaskan bagaimana implementasi berbeda dengan perencanaan strategi pemasaran olahraga. 3. mengidentifikasi konsep-konsep kunci di balik keberhasilan mengubah strategi pemasaran menjadi tindakan 4. memahami bagaimana menghubungkan proses kontrol dengan keputusan strategis yang lebih baik. 5. memperdebatkan tanggung jawab etis dan sosial pemasar olahraga 6. secara kritis mengantisipasi perkembangan baru dalam pemasaran olahraga, terutama yang terkait dengan teknologi baru	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Portofolio	Ceramah, Diskusi, Studi Kasus, Project Based Learning 2 X 50		Materi: STRATEGI IMPLEMENTASI Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: PROSES KONTROL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: ETIKA PEMASARAN OLAHRAGA Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: OLAHRAGA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York. Materi: KONEKSI MASA DEPAN Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	0%
16			Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja, Tes	Presentasi Produk 2 x 50		Materi: SELURUH MATERI YANG DIAJARKAN SETELAH UTS Pustaka: Aaron C. T. Smith, Constantino Stavros, James Skinner, Andrea N. Geurin, and Lauren M. Burch. 2024. <i>Introduction to sport marketing. Third edition</i> Abingdon, Oxon ; New York.	50%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	24.17%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	17%
3.	Penilaian Portofolio	22.67%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	17.67%
5.	Tes	17.5%

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.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 19 November 2024

Koordinator Program Studi S1
Manajemen Olahraga



EVA FERDITA YUHANTINI
NIDN 0716088805

UPM Program Studi S1
Manajemen Olahraga



NIDN 0010058701

File PDF ini digenerate pada tanggal 8 Desember 2025 Jam 19:02 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

