



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan												
Promosi	8721102065		T=2 P=0 ECTS=3.18	6	6 Oktober 2024												
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi												
		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.												
Model Pembelajaran	Case Study																
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																
	Matrik CPL - CPMK																
		CPMK															
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																
		Minggu Ke															
	CPMK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mempelajari beberapa materi konsep dasar komunikasi pemasaran dan proses komunikasi pemasaran mencakup: analisis audiens, penyusunan bauran promosi, pengembangan program komunikasi pemasaran, implementasi dan pengendalian komunikasi pemasaran serta berbagai kasus yang relevan. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem ceramah, diskusi, dan tugas.																
Pustaka	Utama :																
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cravens David W, 1996, Pemasaran Strategis, I & II. Jakarta: Erlangga. 2. Freddy Rangkuty, 2004. The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand equity dan Pengembangan Merek, Analisis kasus. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. 3. Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 4. Joni Subhash C, 1990. Marketing Planning Strategy. South Western Publishing Co. , Cincinnati, Ohio 4. Kotler & Keller, 2006, Marketing Management, 12e. Pearson Education, Inc. , Upper Saddle River, New Jersey. 5. Morizon, 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Kencana Predana Media Group. 6. Manajemen Pemasaran di Indonesia, I & 2. Jakarta, Salemba Empat 7. Shimp, A. Terence, 2000. Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga 																
	Pendukung :																
Dosen Pengampu	Drs. Saino, M.Pd. HARTI Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd.																
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk 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	Menjelaskan konsep dasar promosi dan komunikasi pemasaran konsep dasar promosi dan komunikasi pemasaran.	1. Mengidentifikasi perbedaan promosi dengan komunikasi pemasaran 2. Menjelaskan tujuan, strategi dan inti dari komunikasi pemasaran 3. Menjabarkan delapan tahapan dalam mengembangkan komunikasi pemasaran	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 35 3.2. Benar 2 nilai 70 4.3. Benar 3 nilai 100	Membaca literatur, ceramah dan diskusi Membaca literatur, dan ceramah Membaca literatur, ceramah dan diskusi 2 X 50			0%										

2	Merancang bentuk promosi dan komunikasi pemasaran yang efektif	1. Mengidentifikasi komponen bauran promosi 2. Memilih model komunikasi pemasaran untuk kegiatan promosi	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 35 3.2. Benar 2 nilai 70 4.3. Benar 3 nilai 100	Membaca literatur, ceramah dan diskusi 2 X 50			0%
3	Merancang dan mengelola periklanan sebagai komunikasi masa yang efektif	1. Menjelaskan pengertian periklanan dan 2. Mengidentifikasi jenis-jenis iklan 3. Menyusun dan mengimplementasikan iklan.	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 35 3.2. Benar 2 nilai 70 4.3. Benar 3 nilai 100	1. Membaca literatur, ceramah dan diskusi 2. Membaca literatur dan ceramah 3. Tugas dan presentasi 2 X 50			0%
4	Merancang dan mengelola promosi penjualan sebagai komunikasi masa yang efektif	1. Menjelaskan pengertian promosi penjualan 2. Mengidentifikasi jenis-jenis promosi penjualan 3. Menyusun dan mengimplementasikan promosi penjualan	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 35 3.2. Benar 2 nilai 70 4.3. Benar 3 nilai 100	1. Presentasi dan diskusi 2. Presentasi dan diskusi 3. Tugas dan presentasi 2 X 50			0%
5	Merancang dan mengelola event dan experience sebagai komunikasi masa yang efektif	1. Menjelaskan pengertian event dan experience 2. Mengidentifikasi jenis-jenis event dan experience 3. Menyusun dan mengimplementasikan event dan experience	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Presentasi dan diskusi 2 X 50			0%
6	Merancang dan mengelola Public relation dan publisitas sebagai komunikasi masa yang efektif	1. Menjelaskan pengertian Public relation dan publisitas 2. Mengidentifikasi jenis-jenis Public relation dan publisitas 3. Menyusun dan mengimplementasikan Public relation dan publisitas	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Presentasi, Tugas, dan Diskusi 2 X 50			0%
7	Menyusun model komunikasi masa untuk promosi suatu produk/jasa yang efektif	1. Menyusun rancangan promosi dengan komunikasi masa 2. Membuat contoh promosi melalui komunikasi masa	Kriteria: 1. Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	1. Kajian studi kasus dan presentasi 2. Tugas dan presentasi 2 X 50			0%
8							0%
9	UTS			2 X 50			0%

10	Merancang dan mengelola direct selling sebagai komunikasi personal yang efektif	1. Menjelaskan pengertian direct selling 2. Mengidentifikasi jenis-jenis direct selling 3. Menyusun dan mengimplementasikan direct selling	Kriteria: 1.Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Membaca literatur, dan ceramah 2 X 50			0%
11	Merancang dan mengelola personal selling sebagai komunikasi personal yang efektif	1. Menjelaskan pengertian personal selling 2. Mengidentifikasi jenis-jenis personal selling 3. Menyusun dan mengimplementasikan personal selling	Kriteria: 1.Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 50 3.2. Benar 2 nilai 100	Membaca literatur, dan ceramah 2 X 50			0%
12	Menyusun model komunikasi masa untuk promosi suatu produk/jasa yang efektif	1. Menyusun rancangan promosi dengan komunikasi personal 2. Membuat contoh promosi melalui komunikasi personal	Kriteria: Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100	Kajian studi kasus dan presentasi Tugas , presentasi 2 X 50			0%
13	Merancang dan mengelola online dan mobile marketing sebagai komunikasi digital yang efektif Merancang dan mengelola social media sebagai komunikasi digital yang efektif	1.Menjelaskan pengertian online dan mobile marketing 2.Menyusun dan mengimplementasikan online dan mobile marketing 3.Menjelaskan pengertian wom , e-wom, buss, dan viral 4.Mengidentifikasi jenis wom , e-wom, buss, dan viral 5.Menyusun dan mengimplementasikan wom , e-wom, buss, dan viral	Kriteria: 1.Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Membaca literatur, dan ceramah Tugas, presentasi dan diskusi Membaca literatur, dan ceramah Tugas, presentasi dan diskusi 2 X 50			0%
14	Menyusun model komunikasi digital untuk promosi suatu produk/jasa yang efektif	1. Menyusun rancangan promosi dengan komunikasi digital 2. Membuat contoh promosi melalui komunikasi digital	Kriteria: 1.Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Membaca literatur, dan ceramah 2 X 50			0%
15	Mengevaluasi penggunaan komunikasi personal dan digital	Mengidentifikasi efektifitas komunikasi personal dan digital melalui riset promosi.	Kriteria: 1.Skor maksimal dengan jawaban benar semua bernilai: 100 dengan kriteria sebagai berikut: 2.1. Benar 1 nilai 25 3.2. Benar 2 nilai 50 4.3. Benar 3 nilai 75 5.4. Benar 4 nilai 100	Kajian studi melalui studi kasus 2 X 50			0%
16	UAS			2 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 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.