

 universitas MALIKUSSALEH	UNIVERSITAS MALIKUSSALEH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN					KODE DOKUMEN
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Komunikasi Pemasaran Terpadu	MMP 333	Mata Kuliah Umum	T = 3	P =	3	2 Agustus 2023
OTORISASI/PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka.Prodi	
	1. Dr. Adnan, S.E.,M.Si 2. Dr. Nurainun, S.E.,M.Sc.		Dr.Adnan, S.E.,M.Si.		Dr. Marbawi, S.E.,M.M	
Capaian Pembelajaran	CPL-Prodi Yang dibebankan pada MK					
	CPL 1	Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen secara komprehensif.				
	CPL 2	Lulusan mampu mengaplikasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.				
	CPL 3	Lulusan mampu berkomunikasi secara efektif.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CMPK 1	Memahami konsep komunikasi pemasaran terpadu dan konsep yang terkait dengannya serta peranannya bagi perusahaan.				
	CMPK 2	Memahami dan menerapkan proses komunikasi pemasaran terpadu.				
	CMPK 3	Mengevaluasi kegiatan komunikasi pemasaran terpadu.				
	CMPK 4	Menjelaskan proses dalam menentukan tujuan dan anggaran untuk program promosi, memahami strategi kreatif				
	Kemampuan Akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)					
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pengenalan Komunikasi Pemasaran Terpadu, peran komunikasi				

		pemasaran terpadu di dalam proses pemasaran.					
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan Peran agensi periklanan dan organisasi pemasaran komunikasi lainnya, dan sudut pandang perilaku konsumen.					
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu memahami proses komunikasi, dan mampu menjelaskan Source, Message and Channel Factors					
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu menjelaskan proses dalam menentukan tujuan dan anggaran untuk program promosi, memahami strategi kreatif, perencanaan dan pengembangan, memahami aktivitas komunikasi pemasran Produk VS Jasa New VS Mature Product Print ad VS Broadcast Media					
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi Kreatif Pelaksanaan dan Evaluasi					
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu memberikan tugas kelompok terkait dengan proyek kelompok					
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu menjelaskan strategi dan perencanaan media					
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu memahami evaluasi terhadap Media TV dan Radio dan evaluasi terhadap media cetak					
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa mampu memahami dukungan media, media interaktif dan internet					
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai pemasaran langsung dan promosi penjualan					
	Sub-CPMK 11	Mahasiswa mampu memahami hubungan masyarakat publisitas dan iklan perusahaan, penjualan personal					
	Sub-CPMK 12	Mahasiswa mampu memahami dalam mengukur efektifitas program promosi					
	Sub-CPMK 13	Mahasiswa mampu menjelaskan tugas mengenai presentasi kelompok					
	Sub-CPMK 14	Mahasiswa mampu menjelaskan tugas mengenai presentasi kelompok					
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6
	CMPK 1	√	√	√			
	CMPK 2				√		
	CMPK 3				√		√
	CMPK 4				√	√	√
		Sub-CPMK 7	Sub-CPMK 8	Sub-CPMK 9	Sub-CPMK 10	Sub-CPMK 11	Sub-CPMK 12
	CMPK 1	√	√	√			
	CMPK 2				√		
	CMPK 3				√		√
	CMPK 4				√	√	√

Dosen Pengampu	1. Dr. Adnan, S.E.,M.Si. 2. Dr. Nurainun, S.E.,M.Sc.
Matakuliah Syarat	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilai		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria&Teknik				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)		(7)	(8)
1.	Mampu menjelaskan tentang Pengenalan Komunikasi Pemasaran Terpadu, peran komunikasi pemasaran terpadu di dalam proses pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan menjelaskan mengenai pengenalan komunikasi Pemasaran Terpadu ✓ Ketepatan menjelaskan tentang Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu di dalam Proses Pemasaran 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil diskusi Partisipasi 	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengenalan Komunikasi Pemasaran Terpadu ✓ Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu di dalam Proses Pemasaran 	5%
2.	Mampu menjelaskan Peran agensi periklanan dan organisasi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan Menjelaskan tentang Peran 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan 	TM: 1x(2x50) Pendekatan:		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Peran agensi periklanan dan organisasi pemasaran 	5%

	komunikasi lainnya, dan sudut pandang perilaku konsumen.	agensi periklanan dan organisasi pemasaran komunikasi lainnya ✓ Ketepatan menjelaskan sudut pandang perilaku konsumen	✓ Kekritisn ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		komunikasi lainnya ✓ Sudut pandang perilaku konsumen	
3.	Mampu memahami proses komunikasi, dan mampu menjelaskan Source, Message and Channel Factors	✓ Ketepatan memahami proses komunikasi ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Source, Message and Channel Factors	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisn ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		✓ Proses Komunikasi ✓ Source, Message and Channel Factors	5%
4.	Mampu menjelaskan proses dalam menentukan tujuan dan anggaran untuk program promosi, memahami strategi kreatif, perencanaan dan pengembangan, memahami aktivitas komunikasi	✓ Ketepatan dalam menjelaskan tujuan dan anggaran untuk	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisn ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi,		✓ Menentukan tujuan dan anggaran untuk program promosi ✓ Strategi kreatif : Perencanaan	5%

	pemasran Produk VS Jasa New VS Mature Product Print ad VS Broadcast Media	<ul style="list-style-type: none"> ✓ program promosi ✓ Ketepatan dalam memahami strategi kreatif, Perencanaan dan Pengembangan ✓ Ketepatan dalam menjelaskan kasus aktivitas Komunikasi pemasaran Produk VS Jasa New VS Mature Product Print ad VS Broadcast Media 	test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		dan Pengembangan ✓ Kasus aktivitas Komunikasi pemasaran Produk VS Jasa New VS Mature product Print ad VS Broadcast Media	
5.	Mampu menjelaskan Strategi Kreatif Pelaksanaan dan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Strategi Kreatif Pelaksanaan dan Evaluasi 	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi,		Strategi Kreatif: Pelaksanaan dan Evaluasi	10%

			test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual			
6.	Mampu memberikan tugas kelompok terkait dengan proyek kelompok	✓ Ketepatan dalam memberikan tugas kelompok terkait dengan proyek kelompok	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		Presentasi Kelompok terkait dengan proyek kelompok	10%
7.	Mampu menjelaskan strategi dan perencanaan media	✓ Ketepatan dalam menjelaskan strategi dan perencanaan media	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		✓ Strategi dan Perencanaan Media	10%
8.	Ujian Tengah Semester (UTS)						
9.	Mampu memahami evaluasi terhadap Media TV dan Radio dan evaluasi terhadap	✓ Ketepatan dalam memahami	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan	TM: 1x(2x50) Pendekatan:		✓ Evaluasi terhadap Media TV dan	10%

	media cetak	evaluasi terhadap Media TV dan Radio ✓ Ketepatan dalam mengevaluasi terhadap Media Cetak	✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		Radio ✓ Evaluasi terhadap Media Cetak	
10.	Mampu memahami dukungan media, media interaktif dan internet	✓ Ketepatan dalam memahami dukungan Media ✓ Ketepatan dalam memahami media interaktif dan internet	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		✓ Dukungan Media ✓ Media interaktif dan internet	5%
11.	Mampu menjelaskan mengenai pemasaran langsung dan promosi penjualan	✓ Ketepatan menjelaskan mengenai pemasaran langsung ✓ Ketepatan dalam	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran.		✓ Pemasaran Langsung ✓ Promosi Penjualan	5%

		menjelaskan Promosi Penjualan		Model: Instruksi kontekstual			
12.	Mampu memahami hubungan masyarakat publisitas dan iklan perusahaan, penjualan personal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam menjelaskan hubungan masyarakat publisitas dan iklan perusahaan ✓ Ketepatan dalam menjelaskan penjualan Personal 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil diskusi Partisipasi 	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hubungan masyarakat, Publisitas dan iklan perusahaan ✓ Penjualan Personal 	10%
13.	Mampu memahami dalam mengukur efektifitas program promosi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam menjelaskan dalam mengukur efektifitas program promosi ✓ Ketepatan dalam memahami review 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil diskusi Partisipasi 	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mengukur efektifitas program promosi ✓ Review 	10%
14.	Mampu menjelaskan tugas	✓ Ketepatan	Kriteria:	TM: 1x(2x50)		Presentasi	5%

