|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **POLITEKNIK POS INDONESIA** | Kode/No |  |
| Tanggal |  |
| **FORMULIR**  SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL **(SPMI)** | Revisi |  |
| Halaman: *1 dari ….* | |

**FORMULIR**

SATUAN ACARA PENGAJARAN

**MB41276 KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU**

|  |  |
| --- | --- |
| **Digunakan untuk melengkapi:** | **STANDAR PROSES PEMBELAJARAN**  **Program Studi DIV Manajemen Perusahaan** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Proses** | **Penanggung Jawab** | | | **Tanggal** |
| **Nama** | **Jabatan** | **Tanda Tangan** |
| 1. Perumusan | Senny Handayani S, SE., MM | Staf Pengajar |  |  |
| 1. Pemeriksaan | DR. Prety Diawati, S.Sos., MM | Ketua Prodi |  |  |
| 1. Persetujuan | Dodi Permadi, S.T., M.T. | Wadir I |  |  |
| 1. Penetapan | Dr. Agus Purnomo, M.T. | Direktur |  |  |
| 1. Pengendalian | Sri Suharti, S.E., M.M. | Ka. SPMI |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 1 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Pengertian Komunikasi, Pemasaran*,* dan Komunikasi Pemasaran, mahasiswa akan dapat mengetahui pengertian komunikasi, pemasaran, dan komunikasi pemasaran dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Konsep dasar Komunikasi, Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian Komunikasi 2. Proses Komunikasi 3. Jenis Komunikasi 4. Bentuk Komunikasi 5. Hambatan Komunikasi 6. Pengertian Pemasaran 7. Pengertian Komunikasi Pemasaran | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-1, Yaitu Konsep dasar Komunikasi, Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran  Menjelaskan Manfaat materi Konsep dasar Komunikasi, Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran, yaitu Mahasiswa akan dapat menjelaskan pengertian komunikasi, proses terjadinya komunikasi, bentuk dan hambatan komunikasi, pengertian pemasaran, komunikasi pemasaran, dengan benar  Relevansi: Menjelaskan Pokok-pokok bahasan yang akan disampaikan selama perkuliahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*,* Tata cara tugas, kuis, *scoring,* UTS dan UAS. | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan kontrak belajar dan Pokok Bahasan Komunikasi Pemasaran Terpadu yaitu materi-materi yang akan dipelajari selama Pokok bahasan ini  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Komunikasi Pemasaran Terpadu | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

1. Jelaskan tiga pengertian komunikasi yang Saudara ketahui!
2. Sebutkan tujuan komunikasi?
3. Jelaskan proses komunikasi!
4. Jelaskan dan berikan contoh bentuk komunikasi!
5. Jelaskan faktor-faktor yang penghambat dalam berkomunikasi!
6. Jelaskan pengertian Pemasaran!
7. Apa yang dimaksud dengan Komunikasi Pemasaran?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 2 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Mahasiswa akan dapat memahami tentang perkembangan IMC dan jenis-jenis IMC seperti promosi, iklan, jenis-jenis iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Komunikasi Pemasaran Terpadu *(Integrated Marketing Communication)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Perkembangan IMC 2. Promosi 3. Iklan 4. Jenis-jenis Iklan 5. Pemasaran Langsung 6. Pemasaran Interaktif 7. Promosi Penjualan 8. Hubungan Masyarakat 9. Penjualan Personal | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-2, Yaitu Komunikasi Pemasaran Terpadu *(Integrated Marketing Communication)*  Menjelaskan Manfaat materi Komunikasi Pemasaran Terpadu *(Integrated Marketing Communication)*, yaitu Mahasiswa akan dapat memahami tentang perbedaan dan jenis-jenis bauran komunikasi, seperti *advertising, sales promotion, direct marketing, publicity, personal selling, experimental marketing, dan social media marketing* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok bahasan Bauran Promosi, *advertising, sales promotion, direct marketing, publicity, personal selling, experimental marketing, dan social media marketing*  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Periklanan | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

1. Apa yang dimaksud dengan periklanan?
2. Apa yang dimaksud dengan promosi penjualan?
3. Apa yang dimaksud dengan pemasaran langsung?
4. Apa yang dimaksud dengan publisitas?
5. Apa yang dimaksud dengan penjualan perseorangan?
6. Apa yang dimaksud dengan experimental marketing?
7. Apa yang dimaksud dengan social media marketing?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 3 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Periklanan, Mahasiswa akan dapat memahami tentang: perbedaan antara iklan dan periklanan, fungsi dan sifat-sifat iklan, daya tarik iklan, tipe-tipe iklan, media periklanan dan larangan dalam beriklan dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Periklanan | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian iklan dan periklanan 2. Sejarah periklanan 3. Iklan dan komunikasi massa 4. Fungsi periklanan 5. Sifat-sifat iklan 6. Daya tarik iklan 7. Tipe-tipe iklan 8. Manajemen Iklan 9. Media periklanan 10. Larangan dalam beriklan | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-3, Yaitu Periklanan  Menjelaskan Manfaat materi Periklanan, yaitu Mahasiswa akan dapat memahami tentang: perbedaan antara iklan dan periklanan, fungsi dan sifat-sifat iklan, daya tarik iklan, tipe-tipe iklan, media periklanan dan larangan dalam beriklan dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Periklanan, yaitu perbedaan antara iklan dan periklanan, fungsi dan sifat-sifat iklan, daya tarik iklan, tipe-tipe iklan, media periklanan dan larangan dalam beriklan  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswamahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Iklan Televisi | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

1. Apa yang dimaksud dengan iklan dan apa yang dimaksud dengan periklanan?
2. Sebutkan unsur-unsur komunikasi massa?
3. Jelaskan fungsi komunikasi menurut Shimp?
4. Iklan memiliki sejumlah sifat tertentu. Kotler dan Keller menyatakan beberapa sifat iklan. Jelaskan sifat-sifat iklan tersebut!
5. Strategi komunikasi perlu diperhatikan dalam memberikan daya tarik bagi iklan. Iklan dianggap menarik jika berbeda dan unik jika dibandingkan dengan kompetitornya. Jelaskan daya tarik iklan tersebut!
6. Terdapat beberapa tipe-tipe iklan. Saudara jelaskan tipe-tipe iklan tersebut!

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 4 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Iklan Televisi, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media televisi dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Iklan Televisi | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Kekuatan Iklan Televisi 2. Kelemahan Iklan Televisi 3. Televisi berlangganan 4. Persaingan TV Berlangganan | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-4, Yaitu Iklan Televisi  Menjelaskan Manfaat materi Iklan Televisi, yaitu Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media televisi dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Iklan televisi  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, White Board, buku praktek  LCD, White Board | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Iklan Radio | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Merancang iklan dengan menggunakan media TV untuk produk dalam kelompok *convinience goods* (ditetapkan oleh mahasiswa secara individu, dengan menggunakan *story board* (kerjakan pada buku Praktek)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 5 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Iklan Televisi, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media Radio dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Iklan Radio | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Tinjauan Periklanan dari sisi Promosi dan Marketing 2. Manajemen Periklanan 3. Periklanan di Penyiaran Radio 4. Jenis Iklan penyiaran radio 5. Elemen Iklan Radio 6. Kekuatan & Kelemahan iklan Radio 7. Strategi siaran iklan 8. Menghitung biaya iklan | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-5, Yaitu Iklan Radio  Menjelaskan Manfaat materi Iklan Radio, yaitu Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media Radio dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Iklan Radio, yaitu tinjauan periklanan dari sisi promosi dan marketing, manajemen periklanan, periklanan di penyiaran radio, jenis iklan penyiaran radio, elemen iklan radio, kekuatan & kelemahan iklan radio, strategi siaran iklan, serta menghitung biaya iklan  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, White Board, buku praktek  LCD, White Board | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Iklan Media Cetak | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Merancang iklan dengan menggunakan media radio untuk produk dalam kelompok service (ditetapkan oleh mahasiswa secara individual) dengan menggunakan *Dialoge script* (Kerjakan dalam buku praktek)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 6 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Dasar-dasar Komunikasi Bisnis, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media cetak dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Iklan Media Cetak | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Peran Majalah dan Surat Kabar 2. Majalah 3. Surat kabar | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-6, Yaitu Iklan Media Cetak  Menjelaskan Manfaat materi Iklan Media Cetak, yaitu Mahasiswa akan dapat Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui media cetak dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan iklan media cetak, yaitu peran majalah dan surat kabar  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, White Board, buku praktek  LCD, White Board | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi pertemuan ke 7, yaitu Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi  Merancang iklan dengan menggunakan media majalah sebagai salah satu bentuk *print media* untuk produk dalam kelompok *service/manufacture* (ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjaklanlah di buku praktek | | | |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 7 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Dasar-dasar Komunikasi Bisnis, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui promosi penjualan dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *Sales Promotion* 2. Tujuan *Sales Promotion* 3. Karakteristik *Sales Promotion* 4. Alat *sales promotion* 5. Kelebihan dan kekurangan *sales promotion* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Review Materi dalam Pertemuan Ke-7, Yaitu Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* | Memperhatikan | LCD | |
| Penyajian | Me-review Materi dalam Pertemuan Ke-7, Yaitu pengertian, tujuan, karakteristik, alat sales promotion, kelebihan dan kekurangan sales promotion  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca pertemuan ke 1 sd ke 7 | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Merancang promosi penjualan dengan *coupun, sweeptakes* dan *price pack* sebagai alat yang akan digunakan untuk mendorong penjulan produk dalam kelompok *staples goods* (ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 9 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)*, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui pemasaran langsung dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *Direct Marketing* 2. Tujuan dan manfaat *direct marketing* 3. Media *direct marketing* 4. Produk yang cocok di-*Marketing*-kan melalui *direct marketing* 5. Unsur yang menentukan efektivitas *direct marketing* 6. Faktor-faktor yang mempengaruhi *direct marketing* 7. Dimensi *Direct marketing* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-9, Yaitu Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)*  Menjelaskan Manfaat materi Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)*, yaitu Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui pemasaran langsung dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)*  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Publisitas *(publicity)* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Merancang promosi dengan menggunakan direct marketing (Media direct marketing ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 10 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Setelah mengikuti kuliah dengan pokok bahasan Dasar-dasar Komunikasi Bisnis, Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui *public relations* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Publisitas *(publicity)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *public relations* 2. Ruang lingkup *public relations* 3. Fungsi *public relations* 4. Tujuan *public relations* 5. Karakteristik *public relations* 6. Proses *public relations* 7. Aktivitas *public relations* 8. Kode etik *public relations* 9. *Electronic public relations* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-10, Yaitu Publisitas *(publicity)*  Menjelaskan Manfaat materi Publisitas *(publicity)*, yaitu Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui *public relations* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Publisitas *(publicity)*  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi Penjualan Personal *(Personal Selling)* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Merancang *news release* yang dipakai oleh suatu perusahaan (ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 11 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui *personal selling* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Penjualan Personal *(Personal Selling)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *personal selling* 2. Tujuan dan manfaat *personal selling* 3. Karakteristik *personal selling* 4. Fungsi *personal selling* 5. Bentuk dan alat *personal selling* 6. Teknik-teknik *personal selling* 7. Keunggulan dan kelemahan *personal selling* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-11, Yaitu Penjualan Personal *(Personal Selling)*  Menjelaskan Manfaat materi Penjualan Personal *(Personal Selling)*, yaitu Mahasiswa akan dapat mempelajari tentang cara membuat surat lamaran kerja dan resume dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Penjualan Personal *(Personal Selling), yaitu* pengertian, tujuan dan manfaat *personal selling*, karakteristik dan fungsi *personal selling,* alat dan teknik-teknik *personal selling,* keunggulan dan kelemahan *personal selling*  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Menyiapkan praktek Penjualan Personal *(Personal Selling)* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

1. Apa yang dimaksud dengan *personal selling?*
2. Sebutkan tujuan *personal selling* menurut beberapa ahli?
3. *Personal selling* merupakan salah satu bagian dari komunkasi pemasan terpadu yang aktivitasnya berfokus pada penjualan tatap muka. Terkait dengan hal tersebut, saudara jelaskan karakterisitk *personal selling?*
4. Aktivitas *personal selling* memiliki beberapa fungsi. Saudara jelaskan fungsi *personal selling* tersebut!
5. Saudara jelaskan keunggulan dan kelemahan *personal selling!*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 12 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui *personal selling* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : Penjualan Personal *(Personal Selling)* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *personal selling* 2. Tujuan dan manfaat *personal selling* 3. Karakteristik *personal selling* 4. Fungsi *personal selling* 5. Bentuk dan alat *personal selling* 6. Teknik-teknik *personal selling* 7. Keunggulan dan kelemahan *personal selling* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Mempraktekkan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-12, Yaitu Penjualan Personal *(Personal Selling)*  Menjelaskan Manfaat materi Penjualan Personal *(Personal Selling)*, yaitu Mahasiswa akan dapat membuat perencanaan pesan-pesan iklan melalui *personal selling*  dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan Penjualan Personal *(Personal Selling), yaitu* pengertian, tujuan dan manfaat *personal selling*, karakteristik dan fungsi *personal selling,* alat dan teknik-teknik *personal selling,* keunggulan dan kelemahan *personal selling*  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca materi *Experimental Marketing* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Lakukanlah presentasi penjualan secara berkelompok (maksimal 3 orang/kelompok) (ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 13 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *experimental marketing* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : *Experimental Marketing* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *experimental marketing* 2. *Experimental marketing* dan *traditional marketing* 3. Manfaat dan strategi *experimental marketing* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-13, Yaitu *Experimental Marketing*  Menjelaskan Manfaat materi *Experimental Marketing*, yaitu Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *experimental marketing* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan *Experimental Marketing,* yaitu pengertian *Experimental Marketing,* perbedaan *Experimental Marketing* dan *traditional marketing,* serta manfaat dan strategi *Experimental Marketing*  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Menyiapkan praktek *Experimental Marketing* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

1. Apa yang dimaksud dengan *experimental marketing?*
2. Jelaskan perbedaan *experimental marketing* dan *traditional marketing?*
3. Apa manfaat *experimental marketing?*
4. Tujuan *experimental marketing* adalah menciptakan sebuah *holistic experimental marketing* melalui implementasi kelima *strategic* *experimental marketing.* Jelaskan apa saja *strategic* *experimental marketing* itu?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 14 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *experimental marketing* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : *Experimental Marketing* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *experimental marketing* 2. *Experimental marketing* dan *traditional marketing* 3. Manfaat dan strategi *experimental marketing* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-14, Yaitu *Experimental Marketing*  Menjelaskan Manfaat materi *Experimental Marketing*, yaitu Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *experimental marketing* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan *Experimental Marketing,* yaitu pengertian *Experimental Marketing,* perbedaan *Experimental Marketing* dan *traditional marketing,* serta manfaat dan strategi *Experimental Marketing*  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Membaca Materi *Social Media Marketing* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Buatlah suatu konsep *Experimental Marketing* (ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 15 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *social media marketing* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : *Social Media Marketing* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *social media marketing* 2. Tujuan dan manfaat *social media marketing* 3. *Social marketing* 4. Berbagai aplikasi *sosial media marekting* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-15, Yaitu *Social Media Marketing*  Menjelaskan Manfaat materi *Social Media Marketing*, yaitu Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *social media marketing* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan *Social Media Marketing* , yaitu pengertian, tujuan dan manfaat *Social Media Marketing,* serta berbagai aplikasi *Social Media Marketing*  Latihan: Tanya jawab secara lisan  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Menyiapkan praktek *Social Media Marketing* | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi   1. Apa yang dimaksud dengan *Social Media Marketing?* 2. Jelaskan tujuan *Social Media Marketing?* 3. Jelaskan manfaat *Social Media Marketing?* 4. Apa yang dimaksud dengan *Social Marketing?* 5. Jelaskan berbagai aplikasi *Social Media Marketing?* | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Pemasaran Terpadu | | | |
| Kode Mata Kuliah | : MB41276 | | | |
| Dosen Pengampu | : Senny Handayani S, SE., MM. | | | |
| SKS / JPM | : 2 SKS / 4 Jam | | | |
| Waktu Pertemuan | : | | | |
| pertemuan ke | : 16 | | | |
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah | : Setelah menyelesaikan mata kuliah Komunikasi Pemasan Terpadu*,* mahasiswa akan dapat memiliki kemampuan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu, proses dan fungsi/dimensi strategi komunikai pemasaran, serta ketrampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran dengan benar | | |
| Capaian Pembelajaran Khusus | : Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *social media marketing* dengan benar | | | |
| Pokok Bahasan | : *Social Media Marketing* | | | |
| Sub Pokok Bahasan | 1. Pengertian *social media marketing* 2. Tujuan dan manfaat *social media marketing* 3. *Social marketing* 4. Berbagai aplikasi *sosial media marekting* | | | |
|  | | | | |
| **Tahap** | **Kegiatan Pengajaran** | | **Media dan Alat** | |
| **Dosen** | **Mahasiswa** |
| Pendahuluan | Menjelaskan Cakupan Materi Dalam Pertemuan Ke-16, Yaitu *Social Media Marketing*  Menjelaskan Manfaat materi *Social Media Marketing*, yaitu Mahasiswa akan dapat mempraktekkan pesan-pesan iklan melalui *social media marketing* dengan benar | Memperhatikan  Memperhatikan | LCD  LCD | |
| Penyajian | Menjelaskan Materi dengan Pokok Bahasan *Social Media Marketing* , yaitu pengertian, tujuan dan manfaat *Social Media Marketing,* serta berbagai aplikasi *Social Media Marketing*  Latihan: Praktek  Memberi umpan balik atas jawaban mahasiswa | Memperhatikan  Memperhatikan, menjawab & Diskusi, praktek  Memperhatikan | LCD  LCD, WHITE BOARD, buku praktek  LCD, WHITE BOARD | |
| Penutup | Tindak Lanjut: Menyiapkan UAS | Memperhatikan, mencatat | Alat tulis | |
|  |  |  |  | |
| Evaluasi |  | | |

Buatlah program pemasaran di *Social Media Marketing* ditetapkan secara individual oleh mahasiswa). Kerjakan di dalam buku praktek.