VE230830 Strategi Pemasaran Produk

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Icon  Description automatically generated | | **Institut Teknologi Sepuluh Nopember**  **Fakultas Vokasi**  **Departemen Teknik Elektro Otomasi**  **Program Studi Sarjana Terapan Teknologi Rekayasa Otomasi** | | | | | | | | | | | **Kode Dokumen**  **2.3.2.3.6.4.1** | | |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **MATA KULIAH (MK)** | | | | **KODE** | | **Rumpun MK** | | | **BOBOT (SKS/menit)** | | | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan** | | |
| **Strategi Pemasaran Produk** | | | | VE231830 | | Manajemen dan Keandalan | | | **T= 0** | | **P= 2** | 8 | 20/02/2023 | | |
| **0 menit** | | **340 menit** |
| **OTORISASI** | | | | **Pengembang RPS** | | | | **Koordinator RMK** | | | | **Ketua PRODI** | | | |
|  | | | | Dr. Berlian Al Kindhi | | | | Imam Arifin | | | |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | | **CPL-PRODI yang dibebankan pada MK** | | | | | | | | | | | | |  |
| **Kode CPL** Deskripsi CPL | | | | | | | | | | | | |  |
| **CPL -4** Mampu berkomunikasi, melakukan presentasi, dan menyusun dokumentasi secara efektif dan komprehensif, serta dapat memberikan dan memahami instruksi yang jelas.  **CPL-6** Mampu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen dalam keteknikan pada pekerjaan sendiri maupun tim, sebagai anggota atau pemimpin.  **CPL-9** Mengidentifikasi, memformulasikan, mencari literatur, dan menganalisis permasalahan keteknikan dalam bidang teknologi otomasi untuk mencapai kesimpulan yang dibuktikan dengan analisis yang tepat.  **CPL-10** Menentukan dan menerapkan sumber daya dan teknologi informasi yang tepat untuk permasalahan keteknikan dalam bidang teknologi otomasi. | | | | | | | | | | | | |  |
|  |  | | | | | | | | | | | |  |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** | | | | | |  | | | | | | | |
| CPMK-1 Mahasiswa mampu memahami strategi pemasaran dan penjualan / sales  CPMK-2 Mahasiswa mampu memahami diferensiasi pasar dan jarintan rantai pasok  CPMK-3 Mahasiswa mampu memahami dan melakukan strategi penentuan harga  CPMK-4 Mahasiswa mampu memahami dan melakukan pemasaran produk berbasis teknologi | | | | | | | | | | | | | |
|  | | **Matrik CPL – CPMK**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | CPMK | CPL-4 | CPL-6 | CPL-9 | CPL-10 | | CPMK-1 | V |  |  |  | | CPMK-2 |  | V |  |  | | CPMK-3 |  |  | v | v | | CPMK-4 | v |  |  | V | | | | | | | | | | | | | | |
| **Deskripsi Singkat MK** | |  | | | | | | | | | | | | | |
| **Pokok Bahasan/ Materi Pembelajaran** | | 1. Filosofi Pemasaran dan Sales 2. Strategi Pemasaran 3. Karakteristik diferensiasi pasar 4. Jaringan Rantai Pasok dan Pergudangan 5. Riset Pasar 6. Strategi Penentuan Harga 7. Sales for Engineering 8. Digital Marketing di era Industri 4.0 | | | | | | | | | | | | | |
| **Pustaka** | | **Utama :** | |  | | | | | | | | | | | |
| Walker, O.C., Jr. and Mullins, J.W. Marketing Strategy: A DecisionFocused Approach. 2000. 8th edition, McGraw-Hill | | | | | | | | | | | | | |
| **Pendukung :** | |  | | | | | | | | | | | |
| Ahyani, Hisam., dkk. Pemasaran Industri. 2022. Widina Bhakti Persada Bandung | | | | | | | | | | | | | |
| **Media Pembelajaran** | |  | | | | | | | | | | | | | |
| **Dosen Pengampu** | |  | | | | | | | | | | | | | |
| **Matakuliah syarat** | |  | | | | | | | | | | | | | |
| **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 | Mahasiswa memahami Filosofi Pemasaran dan Sales | | Ketepatan memahami Filosofi Pemasaran dan Sales | | Tugas, Quiz | | Kuliah, Diskusi Kelompok | | |  | | Filosofi Pemasaran dan Sales | |  | |
| 2-3 | Mahasiswa memahami prinsip dan strategi pemasaran | | Ketepatan memahami prinsip dan strategi pemasaran | | Tugas, Quiz | | Kuliah, Diskusi Kelompok | | |  | | Strategi Pemasaran | |  | |
| 4-5 | Mahasiswa memahami diferensiasi pasar | | Ketepatan memahami diferensiasi pasar | | Tugas, Quiz | | Kuliah, Diskusi Kelompok | | |  | | Karakteristik diferensiasi pasar | |  | |
| 6-7 | Mahasiswa memahami rantai pasok dan pergudangan | | Ketepatan memahami rantai pasok dan pergudangan | | Tugas, Quiz | | Kuliah, Diskusi Kelompok | | |  | | Jaringan Rantai Pasok dan Pergudangan | |  | |
| 8 | Evaluasi Tengah Semester | |  | | ETS | |  | | |  | |  | |  | |
| 9-10 | Mahasiswa memahami dan dapat melakukan riset pasar | | Ketepatan memahami dan dapat melakukan riset pasar | | Tugas, Presentasi, Laporan | | Kuliah, Diskusi Kelompok, Project-based learning | | |  | | Riset Pasar | |  | |
| 11-12 | Mahasiswa memahami strategi penentuan harga dan dapat menentukan harga produk | | Ketepatan memahami strategi penentuan harga dan dapat menentukan harga produk | | Tugas, Presentasi, Laporan | | Kuliah, Diskusi Kelompok, Project-based learning | | |  | | Strategi Penentuan Harga | |  | |
| 13-14 | Mahasiswa memahami dan dapat melakukan *sales* untuk bidang *engineering* | | Ketepatan memahami dan dapat melakukan *sales* untuk bidang *engineering* | | Tugas, Presentasi, Laporan | | Kuliah, Diskusi Kelompok, Project-based learning | | |  | | Sales for Engineering | |  | |
| 15 | Mahasiswa memahami digital marketing dan dapat melakukan pemasaran di era Industri 4.0 | | Ketepatan memahami digital marketing dan dapat melakukan pemasaran di era Industri 4.0 | | Tugas, Presentasi, Laporan | | Kuliah, Diskusi Kelompok, Project-based learning | | |  | | Digital Marketing di era Industri 4.0 | |  | |
| 16 | Evaluasi Akhir Semester | |  | | EAS | |  | | |  | |  | |  | |