



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER **PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL** **JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS- POLITEKNIK BAUBAU**

MATA KULIAH		Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
MANAJEMEN MEREK		PB.E.C33203	MKK	T=1	P=2	3	11 Januari 2021
OTORISASI		Pengembang RP		Koordinator RMK		Ka Prodi	
							
		Kuswinton, SE.,M.Si		Kuswinton, S.E.,M.Si.		Sukrin, S.E.,M.M.	
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL Program Studi					
		1. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap Religius. 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika. 3. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain. 4. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. 5. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;					
		CP Mata Kuliah					
		1. Untuk memahami dan mengetahui peran iklan dalam masyarakat dan pemasaran 2. Untuk memahami dan mengetahui proses dari manajemen merek 3. Untuk memahami dan mengetahui bagaimana Industri periklanan, biro iklan dan departemen periklanan 4. Untuk memahami dan mengetahui mengenai riset periklanan dan memahami audiens 5. Untuk memahami dan mengetahui mengenai strategi media untuk periklanan, perencanaan dan pembelian media dalam periklanan 6. Memahami bekerja secara tim/kelompok					
Deskripsi Singkat MK		Mata kuliah ini difokuskan pada bagaimana industri periklanan bekerja, dimulai dari bagaimana pihak periklanan-media-advertising agency berkontribusi pada proses periklanan. Selain itu manajemen merek juga berfokus pada bagaimana biro periklanan beroperasi termasuk struktur organisasi, melakukan penelitian iklan, perencanaan media dan pembelian media.					
Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran		1. Dasar-dasar manajemen merek dan Fungsi Merek 2. Interaksi struktur dalam periklanan dan Agensi periklanan 3. Teori dasar Periklanan 4. Dasar manajemen merek 5. Strategi merek Perencanaan merek					

		6. Media-media yang dituju 7. Riset periklanan/evaluasi 8. Media planning dan buying							
Pustaka		Utama : 1. Shimp, Terrence. 2010. Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 8e. South-Western, Cengage Learn 2. David Sukardi Kodrat, 2020. Manajemen Merek dan Strategi e-commerce: Pendekatan Praktis. Kencana: Jakarta. 3. Aditya Halim Perdana Kusuma, Acai Sudirman, Agung Purnomo Siti Aisyah, Syafrida Hafni Sahir, Astri Rumondang Salmiah, Fitria Halim, Alexander Wirapraja Darmawan Napitupulu, Janner Simarmata. 2020. Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi. Yayasan Kita Menulis. Pendukung :							
		Software :				Hardware :			
		Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power				LCD, Laptop/Notebook, White Board			
Team Teaching		Kuswinton, S.E.,M.Si.							
Matakuliah Syarat		-							
Mg Ke-	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran	Bentuk & Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian			Referensi
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot	
1	Memperkenalkan mata kuliah Manajemen Merek sebagai kelas program -Ad Agenciesl Memahami kontrak kuliah Membentuk beberapa group Mahasiswa memahami dengan baik dari beberapa hal yang berhubungan dengan mata kuliah manajemen merek,	Kontrak Kuliah Dasar-dasar manajemen merek Fungsi Merek	Ceramah Small group discussion i	TM: 2x(2x50")	-	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk Non Tes: Mahasiswa mampu mendefinisikan dan menjelaskan kembali mengenai beberapa hal yang berhubungan dengan dasar	ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	5%	1,2, 3,

						manajemen merek			
2	Mahasiswa diharapkan mampu untuk mengetahui Posisi Merek Etika Merek	Posisi Merek	- <i>Small Group Discussion & presentation</i>	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	-Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan Bentuk non test: Mahasiswa mampu menjelaskan kembali tentang Posisi Merek Etika Merek	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	5%	1,3,
3	Mahasiswa memahami tentang kesadaran merek	Kesadaran Merek	- Ceramah - Small group discussion - Analisis studi kasus	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	- Review materi - Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: • Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai : teori dasar periklanan • Presentase	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	5%	1,3,
4,5	Mahasiswa memahami dengan baik mengenai beberapa hal berikut ini: Definisi dari manajemen merek dan Strategi perencanaan	Strategi merek Perencanaan merek	- <i>Small Group Discussion & presentation</i> - <i>Case Study</i>	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	-Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: Mahasiswa mampu mendefinisikan dan	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	10%	1,2,

						menjelaskan mengenai dasar manajemen merek, strategi perencanaan hingga dasar kreatif brief			
6,7	Mahasiswa diharapkan untuk mampu memahami membangun merek dan pengembangan merek	Membangun Merek, Strategi pengembangan merek	ceramah Small group discussion Case study analysis	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk Non test: Mahasiswa mampu mendefinisikan dan menjelaskan tentang Membangun Merek Brand Equity Brand Integrity	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	10%	2,3
8	Ujian Tengah Semester (UTS)							10%	
9	Mampu memahami, menganalisis, dan mempresentasikan dasar-dasar perilaku kelompok	Brand Performance	- Small Group Discussion & presentation - Case Study	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	-Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: Menjelaskan tentang pengertian dan kelengkapan kelompok (10) Menjelaskan	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim.	5%	1,2,3

						tentang konsep komunikasi (11)			
10,11	Mahasiswa mampu memahami mengenai : Riset konsumen Copy testing/project test Riset evaluasi	Riset periklanan/evaluasi	-ceramah Small group discussion PJBL	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60)	Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: Mahasiswa mampu mendefinisikan dan menjelaskan kembali mengenai riset konsumen. Copy testing/project test hingga riset evaluasi	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama	10%	1,2,3
12,13	Mahasiswa mampu memahami mengenai dua hal penting dalam periklanan, yaitu : Media Planning Media buying	Media planning dan pembelian	- Small Group Discussion & presentation - Case Study	TM: 1x(2x50") PT: 1x(2x60")	Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: Mahasiswa mampu menjelaskan kembali mengenai media planning dan media buying	Kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim	10%	2,3,
14	Mahasiswa mampu memahami tentang brand equality	Brand equality	Group project - Case study - discussion	TM: 1x(2x50") PT:	Review materi -Tanya jawab	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi	kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi,	5%	1,2

				1x(2x60)		Bentuk non test: kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim. Mahasiswa mampu Menjelaskan tentang Copycat Branding	Kerjasama tim.		
15	Mahasiswa diharuskan untuk mampu melakukan presentasi dan menjelaskan mengenai tugas yang merupakan kelanjutan dari mid semeste	Presentasi	<i>presentation</i>	TM: 1x(2x50")	Review materi	Kriteria: ketepatan dan penguasaan tentang materi Bentuk non test: kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim. Mahasiswa mampu mempresentasikan dengan kriteria berikut : Mendiskusikan tema (kejelasan, keakuratan dan konsistensi) dan topik Urutan dan kelogisan dalam pelapora	kelengkapan dan ketepatan penjelasan, Tingkat komunikasi & presentasi, Kerjasama tim	5%	
16	Ujian Akhir Semester (UAS)							20%	

Catatan : 1 sks = (50' TM + 60' PT + 60' BM)/Minggu

BM = Belajar Mandiri

T = Teori (aspek ilmu pengetahuan)

TM = Tatap Muka (Kuliah)
PT = Penugasan Terstruktur.

PS = Praktikum Simulasi (170 menit /minggu)
PL = Praktikum Laboratorium (170 menit/minggu)

P = Praktek (aspek ketrampilan kerja)

Daftar Rujukan:

1. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang **Standar Nasional Pendidikan Tinggi**
2. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
3. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Vokasi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
4. Tim Penyusun. 2018. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Di Era Industri 4.0**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
5. Materi Program Pelatihan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI) Bagi Dosen. 19 – 24 November 2018. LLDIKTI Wilayah IX, Makassar.