

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS GUNADARMA

Tanggal Penyusunan	20/9/2022	Tanggal revisi	
Fakultas	Direktorat Magister Teknologi dan Rekayasa		
Program Studi	Magister Manajemen Sistem Informasi	Kode Prodi: 57101	
Jenjang	Magister		
Kode dan Nama MK	MUA72	Manajemen Pemasaran Berbasis Digital	
SKS dan Semester	SKS	2	Semester 2
Prasyarat			
Status Mata Kuliah	[<input checked="" type="checkbox"/>] Wajib [...] Pilihan		
Dosen Pengampu	Dr. Henny Medyawati, S.Kom, MM		
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Sikap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius. 2. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. 3. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. 4. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. 	
	Ketrampilan Umum	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengadaptasi perubahan ilmu pengetahuan, memformulasikan ide-ide baru dari hasil riset yang dilaksanakan untuk pengembangan teknologi di bidang manajemen pemasaran berbasis digital - Mahasiswa mampu melakukan pendalaman atau perluasan keilmuandi bidang manajemen pemasaran berbasis digital untuk memberikan kontribusi original dan teruji melalui riset secara mandiri; 	
	Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa menguasai dan mampu menjelaskan tentang teori manajemen pemasaran, pemasaran berbasis digital, bisnis internasional, riset pasar, peluang pasar, strategi pemasaran, penetapan harga, pemasaran internasional/global, strategi perusahaan multinasional, saluran pemasaran, promotion mix, marketing communication, customers experience, analisis data, - Mahasiswa mampu menganalisis dan menerapkan perkembangan teknologi terkini yaitu kecerdasan buatan dan implementasinya pada pemasaran 	
	Ketrampilan Khusus	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mampu menganalisis tentang pemasaran, target pasar, strategi pemasaran umum, segmentasi, perilaku pembeli, peluang pasar, riset pasar, promosi, penetapan harga, produk dan distribusi penetapan harga - Mahasiswa mampu melakukan pengembangan dan mengidentifikasi teknologi terkini pada manajemen pemasaran berbasis digital yaitu penerapan kecerdasan buatan pada pemasaran dan layanan penjualan 	

Deskripsi Umum (Silabus)	Mata kuliah ini secara umum berisi materi mengenai : pemasaran dan target pasar, strategi pemasaran umum, segmentasi, perilaku pembeli, peluang pasar, riset pasar, promosi, penetapan harga, produk dan distribusi serta penetapan harga, <i>market offerings, products, services and experiences</i> , pasar internasional, pemasaran global, marketing channel, melibatkan konsumen dan mengkomunikasikan nilai pelanggan, membuat sendiri strategi pemasaran digital, menarik perhatian konsumen, pengungkapan pengalaman pelanggan, implementasi saluran pemasaran, pemasaran dengan facebook, pemasaran dengan media sosial lain. memvalidasi proses bisnis, pengenalan kecerdasan buatan pada pemasaran, sales and services			
Metode Pembelajaran	1. Ceramah/Kuliah Pakar	✓	4. Praktik Laboratorium
	2. Problem Based Learning/FGD	✓	5. Self-Learning (V-Class)	✓
	3. Project Based Learning	6. Lainnya: Discovery Learning	✓
Pengalaman Belajar/Tugas	a. Tayangan Presentasi	✓	c. Online exercise/kuiz (V-class)	✓
	b. Review textbook/Jurnal	✓	d. Laporan	✓
	e. Lainnya:			
Referensi / Sumber Belajar	(1) Diamond, S. (2019). <i>Digital marketing all in one for dummies</i> . New Jersey: John Willey & Sons, Inc (2) Gentsch, P. (2019). <i>AI in marketing, sales and service</i> . Switzerland: Palgrave Macmillan (3) Kotler, P & Amstrong, G. (2021). <i>Principle of marketing</i> . United Kingdom: Global Edition, Pearson Education Limited. (4) Kotler, P & Keller, K. L. (2015). <i>Marketing Management</i> (15 th ed.). Essex, England, Global Edition: Pearson Education Limited. (5) Parboteeah, K. P & Cullen, J. B. (2018). <i>International Business: Perspective from developed and emerging markets</i> . New York: Routledge (Taylor and Francis Group). (6) Tjiptono, F. (2016). <i>Service, quality and satisfaction</i> . Yogyakarta: Andi Offset. (7) Tjiptono, F. (2020). <i>Strategi pemasaran, prinsip dan penerapan</i> . Yogyakarta: Andi Offset.			



Minggu	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)	Sumber belajar
1.	- Memahami dan mampu menganalisis, serta menjelaskan tentang pemasaran dan target pasar, strategi pemasaran umum, segmentasi dan perilaku pembeli	Pendahuluan (1) Pemasaran dan target pasar (2) Strategi pemasaran umum (3) Segmentasi (4) Perilaku pembeli (consumer market and buyer behaviour)	- Ceramah - Discovery Learning - Aktivitas Mandiri	2 x170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper Penilaian kompetensinya : - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar	5%	3,4,7
2-3	- Memahami dan mampu mengevaluasi tentang produk dan distribusi yaitu bagaimana peluang pasar, riset pasar, promosi, aspek distribusi dan penetapan harga	Produk dan distribusi, penetapan harga 1. Peluang pasar 2. Riset pasar 3. Promosi 4. Penetapan harga (Pricing: understanding and capturing customer value)	- Ceramah - Discovery Learning - Diskusi kelompok	2 x170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper 4. Komunikasi lisan 4a. Isi 4b. Organisasi 4c. Gaya presentasi Penilaian kompetensinya : - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar	15%	3,4,7

Minggu	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)	Sumber belajar
4	- Memahami dan mampu menjelaskan tentang market offerings, products and experiences, pasar internasional, strategi pemasaran perusahaan multinasional, kebijakan pemerintah, ekspor, global and regional economic integration,	Market offerings, products and experiences dan pasar internasional 1. Market offerings, products and experiences 2. Pasar internasional 3. Strategi pemasaran multinasional (MNC Strategy) 4. Global and regional economic integration	- Ceramah - Discovery Learning - Tugas terstruktur (merancang sistem honeypots)	2 x 170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper Penilaian kompetensinya : - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar	5%	3,5
5-6	- Memahami dan mampu mengidentifikasi tentang pemasaran global, global trade and foreign direct investment, marketing channel (delivering customer value), meliputi supply chain and the value delivery network, channel behavior and organization, channel design and organization, channel management decision, marketing logistic dan supply chain management	Pemasaran global, marketing channel 1. Pemasaran global, global trade and foregin investment 2. Marketing channel: delivering customer value, supply chain and the value delivery network, channel behavior and organization, channel design decisions, channel management decision, marketing logistic and supply chain management	- Ceramah, diskusi (FGD) - Discovery Learning - Aktivitas mandiri	2 x 170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper 4. Komunikasi lisan 4a. Isi 4b. Organisasi 4c. Gaya presentasi Penilaian kompetensinya : - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar	15%	3,4,5

Minggu	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)	Sumber belajar
7	- Memahami dan mampu mengevaluasi tentang promotion mix, menjelaskan developing effective marketing communication, customer service on the internet, menciptakan nilai dan keterlibatan pelanggan, memahami market place dan kebutuhan customer	Engaging consumer and communicating customer value <ol style="list-style-type: none"> Promotion Mix Integrated marketing communications Developing effective marketing communication Customer service on the internet Menciptakan nilai dan keterlibatan pelanggan (<i>creating customer value and engagement</i>) Memahami <i>market place</i> dan kebutuhan customer 	<ul style="list-style-type: none"> Ceramah Discovery Learning Diskusi kelompok 	2 x 170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : <ol style="list-style-type: none"> Kelengkapan laporan Kebenaran laporan Komunikasi tertulis <ol style="list-style-type: none"> Bahasa paper Kerapian paper Komunikasi lisan <ol style="list-style-type: none"> Isi Organisasi Gaya presentasi Penilaian kompetensinya : <ul style="list-style-type: none"> Sangat memuaskan Memuaskan Batas Kurang memuaskan Di bawah standar 	5%	3,4,6
8	UJIAN TENGAH SEMESTER						
9-10	<ul style="list-style-type: none"> Memahami dan mampu merancang tentang apa saja yang menjadi komponen pada strategi pemasaran digital, menentukan strategi perusahaan, pengungkapan pengalaman pelanggan, membuat konten, membangun saluran promosi, mengkomunikasikan misi, pentingnya desain user experience pada strategi yang disusun Memahami dan mampu menjelaskan bagaimana menarik perhatian pelanggan 	Creating your digital marketing strategy <ol style="list-style-type: none"> Understanding the component of a digital marketing strategy Determining the company strategy Uncovering the customer experience Creating quality content Developing channel promotions Deploying check-back analysis Communicating your mission Recognizing the importance of UX design in your strategy Grabbing the attention of your customer <ol style="list-style-type: none"> Focusing on attention Looking at attention triggers Making your content easy to consume Considering design elements and typography Deploying interactive content 	<ul style="list-style-type: none"> Ceramah FGD/Diskusi 	2 x 170 menit	Laporan dan Komunikasi Dimensi : <ol style="list-style-type: none"> Kelengkapan laporan Kebenaran laporan Komunikasi tertulis <ol style="list-style-type: none"> Bahasa paper Kerapian paper Komunikasi lisan <ol style="list-style-type: none"> Isi Organisasi Gaya presentasi Penilaian kompetensinya : <ul style="list-style-type: none"> Sangat memuaskan Memuaskan Batas Kurang memuaskan Di bawah standar 	15%	1

Minggu	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)	Sumber belajar
11	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami dan mampu menjelaskan tentang pengungkapan pengalaman pelanggan melalui interaksi dengan data pelanggan, mengungkap kepribadian pembeli, penataan perjalanan pembeli, merangkul pemberdayaan penjualan - Memahami dan mampu menjelaskan tentang implementasi saluran promosi, yaitu mengidentifikasi media yang dibayar, diperoleh, dibagikan dan dimiliki oleh media, menggunakan pencarian pemasaran, membuat konten yang dapat dibagikan (share) dan mempertimbangkan pemasaran melalui email 	<p>Uncovering the customer experience</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interacting with customer data 2. Uncovering buyer persona 3. Structuring the buyer journey 4. Embracing sales enablement <p>Implementing Channel Promotions</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifying paid, earned, shared and owned media 2. Using search marketing 3. Making content shareable 4. Considering email marketing 	- Ceramah/Diskusi/FGD	2 x 170 menit	<p>Laporan dan Komunikasi Dimensi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis <ol style="list-style-type: none"> 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper <p>Penilaian kompetensinya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar 	10%	1,3,4
12-13	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami dan mampu menjelaskan tentang facebook marketing, bagaimana membuat perencanaan pemasaran melalui facebook, mengidentifikasi penggunaan media social lainnya seperti twitter, youtube, pinterest, memvalidasi model bisnis, memastikan kembali strategi, menelaah kembali perbaikan pada pemasaran B2B serta memaksimalkan keuntungan 	<p>Facebook marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Delving into facebook 2. Creating a facebook marketing plan 3. Selling products and services using facebook offers <p>Deploying Other Social Media</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leveraging social media 2. Working with twitter 3. Looking at Youtube 4. Reviewing Pinterest <p>Analyzing Data for Success</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Validating business model and reviewing your brand status 2. Reassessing your strategi 3. Reviewing ongoing improvement for B2B marketing 4. Achieving maximum ROI 	- Ceramah/Diskusi/FGD	2 x 170 meni	<p>Laporan dan Komunikasi Dimensi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan laporan 2. Kebenaran laporan 3. Komunikasi tertulis <ol style="list-style-type: none"> 3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper <p>Penilaian kompetensinya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar 	15%	1,3

Minggu	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode/Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)	Sumber belajar
14-15	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami kecerdasan buatan pada pemasaran dan sales service, yaitu kecerdasan buatan pada era industri 4.0, kecerdasan buatan sebagai pengubah (strategi/permainan) - Memahami dan mampu menjelaskan berbagai kerangka kerja bisnis dengan kecerdasan buatan dan maturity model, algoritma bisnis, pemasaran dan riset pemasaran, serta perkembangan media percakapan pada AI 	<p>Pengenalan AI pada pemasaran, dan sales service</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AI and the fourth industrial revolution 2. AI as a Game Changer 3. AI for business practice <p>AI Business Framework and Maturity Model</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Method and methodologies: symbolic AI, natural language processing (NLP), Rule-Based Expert System, machine learning, computer vision, machine vision 2. AI Framework: automated customer service, content creation, personal assistant, customer insights, media planning, pricing, sales volume prediction 3. AI maturity model: Process model with roadmap; automated enterprise, contoh maturity model for AI enable marketing sales and service, algorithmic business (contohnya algorithmic business maturity model) 4. Algorithmic business: classical company areas, inbound logistic, production, controlling, fulfillment, management, CRM and marketing 5. Algorithmic marketing 6. Algorithmic market research <p>Conversational AI: How (Chat) Bots will reshape the Digital Experience:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bots as a New Customer Interface and Operating System 	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah - Discovery Learning - Diskusi kelompok 	2 x170 menit	<p>Laporan dan Komunikasi Dimensi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Kelengkapan laporan 5. Kebenaran laporan 6. Komunikasi tertulis3a. Bahasa paper 3b. Kerapian paper <p>Penilaian kompetensinya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sangat memuaskan - Memuaskan - Batas - Kurang memuaskan - Di bawah standar 	15%	2
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						

FORMAT RANCANGAN TUGAS 1

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran Berbasis Digital **SKS** : 2
Program Studi : Magister Manajemen Sistem Informasi **Pertemuan ke:** 3
Fakultas : Direktorat Magister Teknologi dan Rekayasa

A. TUJUAN TUGAS :

Mahasiswa mampu memahami dan menelaah yang terjadi salah satu kasus pada buku referensi

B. URAIAN TUGAS :

a. Obyek Garapan

Kasus Customer value-driven atau real marketing

b. Metode atau Cara pengerjaan

- Carilah studi kasus antara lain sebagai contoh yang ada di salah satu referensi yaitu tentang perusahaan penerbangan Emirates's" Emirates' Customer Value-Driven Marketing: Engaging Customers and Building a Brand community, atau kasus The Walt Disney World Resort: making magical moments
- Rangkumlah studi kasus tersebut, dengan mencakup aspek terkait keterlibatan pelanggan dan membangun komunitas merek (building a brand community), atau aspek pengalaman yang dialami pelanggan
- Rangkuman dibuat dalam bentuk paper minimal 10 halaman

c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan :

Paper minimal 10 halaman dengan spasi 1.5 dan font Times New Roman ukuran 12

C. KRITERIA PENILAIAN (5 %)

Kelengkapan isi rangkuman
Kebenaran isi rangkuman
Daya tarik komunikasi tulisan

FORMAT RANCANGAN TUGAS 2

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran Berbasis Digital SKS : 2
Program Studi : Magister Manajemen Sistem Informasi Pertemuan ke: 6
Fakultas : Direktorat Magister Teknologi dan Rekayasa

B. TUJUAN TUGAS :

Mahasiswa memahami

B. URAIAN TUGAS :

- a. Obyek Garapan
Kasus-kasus web commerce
- b. Metode atau Cara pengerjaan
 - Carilah studi kasus antara lain sebagai contoh link : <https://www.coredna.com/blogs/ecommerce-case-studies>
 - Rangkumlah studi kasus tersebut, dengan mencakup aspek rancangan tampilan pada masing-masing web commerce
 - Rangkuman dibuat dalam bentuk paper minimal 8 halaman
- c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan :
Paper minimal 8 halaman dengan spasi 1.5 dan font Times New Roman ukuran 12

C. KRITERIA PENILAIAN (8 %)

Kelengkapan isi rangkuman
Kebenaran isi rangkuman
Daya tarik komunikasi/presentasi



FORMAT RANCANGAN TUGAS 3

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran Berbasis Digital SKS : 2
Program Studi : Magister Manajemen Sistem Informasi Pertemuan ke: 12 a t a u 14
Fakultas : Direktorat Magister Teknologi dan Rekayasa

C. TUJUAN TUGAS :

Mahasiswa mampu menelaah hasil penelitian terkait dengan penggunaan social media sebagai media pemasaran

B. URAIAN TUGAS :

- a. Obyek Garapan
Kasus-kasus dan hasil penelitian terkait penggunaan facebook dan media sosial lainnya
- b. Metode atau Cara pengerjaan
 - Carilah referensi kasus berupa jurnal / artikel ilmiah atau
 - Rangkumlah referensi tersebut
 - Rangkuman dibuat dalam bentuk paper minimal 10 halaman
- c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan :
Paper minimal 10 halaman dengan spasi 1.5 dan font Times New Roman ukuran 12

C. KRITERIA PENILAIAN (8 %)

Kelengkapan isi rangkuman
Kebenaran isi rangkuman
Daya tarik komunikasi/presentasi

GRADING SCHEME COMPETENCE

KRITERIA 1 : Kelengkapan isi rangkuman

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kelengkapan konsep	Lengkap dan terpadu	Lengkap	Masih kurang beberapa aspek yang belum terungkap	Hanya menunjukkan sebagian konsep saja	Tidak ada konsep	2

KRITERIA 2 : Kebenaran isi rangkuman

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kebenaran konsep	Diungkapkan dengan tepat, terdapat aspek penting, analisis dan membantu memahami konsep	Diungkap dengan tepat tetapi deskriptif	Sebagian besar konsep sudah terungkap, namun masih ada yang terlewatkan	Kurang dapat mengungkapkan aspek penting, melebihi halaman, tidak ada proses merangkum hanya mencontoh	Tidak ada konsep yang disajikan	2

KRITERIA 3 : Daya tarik komunikasi/presentasi

KRITERIA 3a : Komunikasi tertulis

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Bahasa Paper	Bahasa menggugah pembaca untuk mencari tahu konsep lebih dalam	Bahasa menambah informasi pembaca	Bahasa deskriptif, tidak terlalu menambah pengetahuan	Informasi dan data yang disampaikan tidak menarik dan membingungkan	Tidak ada hasil	1
Kerapian Paper	Paper dibuat dengan sangat menarik dan menggugah semangat membaca	Paper cukup menarik, walau tidak terlalu mengundang	Dijilid biasa	Dijilid namun kurang rapi	Tidak ada hasil	1

KRITERIA 3b : Komunikasi lisan

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
---------	------------------	-----------	-------	------------------	-------------------	------

Isi	Memberi inspirasi pendengar untuk mencari lebih dalam	Menambah wawasan	Pembaca masih harus menambah lagi informasi dari beberapa sumber	Informasi yang disampaikan tidak menambah wawasan bagi pendengarnya	Informasi yang disampaikan menyesatkan atau salah	2
Organisasi	Sangat runtut dan integratif sehingga pendengar dapat mengkompilasi isi dengan baik	Cukup runtut dan memberi data pendukung fakta yang disampaikan	Tidak didukung data, namun menyampaikan informasi yang benar	Informasi yang disampaikan tidak ada dasarnya	Tidak mau presentasi	1
Gaya Presentasi	Menggugah semangat pendengar	Membuat pendengar paham, hanya sesekali saja memandang catatan	Lebih banyak membaca catatan	Selalu membaca catatan (tergantung pada catatan)	Tidak berbunyi	1

