MJ812 - KAJIAN DESAIN RISET MANAJEMEN PEMASARAN REGULER III PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Deskripsi Matakuliah:

Membahas masalah aktual secara komprehensip dalam bidang pemasaran dari fakta empirik sehingga dapat dicari alternaif pemecahan masalahnya.

CP Program Studi (CPPS):

- P1 pengetahuan konsep teoritis manajemen (keuangan, pemasaran, SDM dan produksi/operasi) secara mendalam untuk berperan dalam dunia kerja, baik di unit kerja/usaha dan perusahaan, instansi pemerintah atau lembaga nirlaba.
- P2 memahami konsep dan teknik dalam menyusun rencana strategis dan mengimplementasikannya dalam rencana operasional
- P3 mempunyai kompetensi dalam penguasaaan konsep dan teknik dalam menyusun rencana strategis dan mengimplemtasikanya dalam rencana operasional
- P4 mempunyai kompentensi dalam penguasaaan prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai tipe organisasi;
- P5 mempunyai kompetensi dalam menguasai konsep tentang metode penelitian yang mencakup studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif
- KU1 Mampu mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif melalui penelitian ilmiah, penciptaan desain atau karya seni dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang keahliannya, menyusun konsepsi ilmiah dan hasil kajian berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam bentuk tesis atau bentuk lain yang setara, dan diunggah dalam laman perguruan tinggi, serta makalah yang telah diterbitkan di jurnal ilmiah terakreditasi atau diterima di jurnal internasional;

- KU2 Mampu melakukan validasi akademik atau kajian sesuai bidang keahliannya dalam menyelesaikan masalah di masyarakat atau industri yang relevan melalui pengembangan pengetahuan dan keahliannya;
- KU3 Mampu menyusun ide, hasil pemikiran, dan argumen saintifik secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta mengkomunikasikannya melalui media kepada masyarakat akademik dan masyarakat luas;
- KU4 Mampu mengidentifikasibidang keilmuan yang menjadi obyek penelitiannya dan memposisikan ke dalam suatu peta penelitian yang dikembangkan melalui pendekatan interdisiplin atau multidisiplin;
- KU5 Mampu mengambil keputusan dalam konteks menyelesaikan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora berdasarkan kajian analisis atau eksperimental terhadap informasi dan data;
- KU6 Mampu mengelola, mengembangkan dan memelihara jaringan kerja dengan kolega, sejawat di dalam lembaga dan komunitas penelitian yang lebih luas;
- KU7 Mampu meningkatkan kapasitas pembelajaran secara mandiri; dan
- KU8 Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data hasil penelitian dalam rangka menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
- KK1 mampu mengimplementasikan konsep teoretis, metoda dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sdm, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi
- KK2 mampu melaksanakan fungsi organisasi (pemasaran, operasi, sumber daya manusia, keuangan, dan strategi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi;
- KK3 mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternatif yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal;
- KK4 mampu menyusun rencana strategis organisasi dan menjabarkan rencana strategis menjadi rencana operasional organisasi pada level fungsional;
- KK5 mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai tipe organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi;

- KK6 mampu melakukan kajian empirik dan pemodelan dengan menggunakan metode ilmiah (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif) pada berbagai tipe organisasi berdasarkan fungsi organisasi;
- KK7 mampu berkomunikasi efektif lintas fungsi dan level organisasi
- KK8 memiliki kompetensi dalam etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan (humanity values);
- KK9 memiliki kompetensi pengetahuan tentang jenis dan regulasi organisasi lokal, nasional, regional, dan global;
- KK10 memiliki kompetensi penguasaan kaidah, prinsip dan teknik komunikasi lintas fungsi, level organisasi, dan budaya

CP Matakuliah (CPM):

1. Mampu menguasai dan mengembangkan konsep dan teori kajian desain riset manajemen pemasaran yang dapat dipergunakan untuk penanganan masalah keilmuan manajemen melalui pendekatan interdisiplin dan/atau multidisipliner.
2. Mampu mengembangkan atau menciptakan model yang dapat menggambarkan fenomena maupun permasalahan kajian desain riset manajemen pemasaran.
3. Mampu mengembangkan atau menciptakan model yang dapat menggambarkan fenomena maupun permasalahan kajian desain riset manajemen pemasaran.
4. Mampu mendiseminasikan hasil-hasil riset dalam bidang kajian desain riset manajemen pemasaran pada level nasional maupun internasional melalui berbagai media publikasi

Daftar Rujukan:

Kajian Jurnal

Detail RPS

Pertemuan	Indikator CPM	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Durasi (menit)	Tugas & Penilaian	Rujukan	Metode	Waktu Perkuliahan	Aksi

1	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	01-09-2022 13:00	
2	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	08-09-2022 13:00	
3	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	15-09-2022 13:00	
4	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	22-09-2022 13:00	
5	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	29-09-2022 13:00	

6	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	06-10-2022 13:00	
7	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	13-10-2022 13:00	
8	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	20-10-2022 13:00	
9	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	27-10-2022 13:00	
10	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	03-11-2022 13:00	

11	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	10-11-2022 13:00	
12	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	17-11-2022 13:00	
13	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	24-11-2022 13:00	
14	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	01-12-2022 13:00	

15	Dapat memahami, dan menguasai konsep Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Kajian Desain Riset Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Dan Aplikasi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	Kajian Jurnal	Case Method	08-12-2022 13:00	
16							Case Method	15-12-2022 13:00	

RENCANA EVALUASI