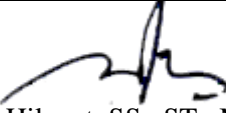

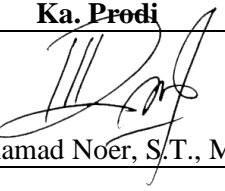
	SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER DCI PROGRAM STUDI : MANAJEMEN INFORMATIKA				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
Mata Kuliah	Kode	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Sistem Informasi Pemasaran	MI-41804		3	4	07 Juni 2021
OTORISASI	Dosen pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka. Prodi
	 (Iman Hikmat, SS., ST., MM.)		 (Agus Ramdham Nugraha, M.T.)		 (Zeni Muhamad Noer, S.T., M.Kom.)
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL - PRODI				
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan dibidang keahliannya secara mandiri			
	P3	Menguasai konsep terkait sistem produksi pemasaran.			
	KU1	Bekerja di bidang keahlian pokok untuk jenis pekerjaan yang spesifik dan memiliki kompetensi kerja yang minimal setara dengan standar kompetensi kerja profesinya;			
	CP-MK				
	L1	Memahami konsep pemasaran secara umum			
	L2	Memahami konsep dasar sistem informasi pemasaran			
	L3	Menjelaskan pendekatan model sistem informasi pemasaran			
	L4	Memahami riset pada sistem informasi pemasaran dan proses lahirnya output sistem informasi pemasaran			
	L5	Menjelaskan tentang pemasaran langsung dan online			
	L6	Menjelaskan tentang pemasaran satu per satu			
	L7	Menjelaskan tentang penggunaan sistem informasi pemasaran			
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mempelajari tentang konsep dasar manajemen sumber daya manusia, informasi pemasaran, lingkungan pemasaran, model sistem informasi pemasaran, riset pada sistem informasi pemasaran, output sistem informasi pemasaran, pemasaran langsung dan online, pemasaran satu per satu, penggunaan sistem informasi pemasaran.				
Pustaka	Utama :				
	1. McLeod Raymond. <i>Sistem Informasi Manajemen</i>				
	2. Philip Kotler. <i>Manajemen Pemasaran</i>				
	3. Charles, W. Lamb, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel. <i>Pemasaran.</i>				
	Pendukung:				
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak :		Perangkat Keras :		

	<i>SOFTWARE : PPT</i>			<i>HARDWARE : Komputer, Projector, Whiteboard</i>			
Team Teaching	Iman Hikmat, SS., ST., MM..						
Matakuliah Syarat	Sistem Informasi Pemasaran						
Pert Ke	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Pembelajaran	Metoda Pembelajaran [estimasi Waktu]	Pengalaman Belajar	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami konsep pemasaran secara umum		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	[TM : 1x (3x50")] [BT+BM)=(1+1)x(1x60")]	Menjelaskan pendahuluan dan konsep pemasaran secara umum	1. Pengertian pemasaran dan sistem informasi pemasaran 2. Perinsip-prinsip pemasaran 3. Proses pemasaran 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pemasaran 5. 4P dari bauran pemasaran	5
2-3	Mahasiswa mampu memahami tentang konsep dasar sistem informasi pemasaran		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	[TM : 1x (3x50")] [BT+BM)=(1+1)x(1x60")]	Menjelaskan konsep dasar pemasaran	1. Subsistem informasi organisasi 2. Sistem informasi fungsional 3. Sistem informasi keuangan 4. Sistem informasi manufaktur 5. Sistem informasi sumber daya manusia	15

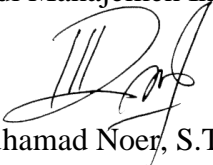
						6. Sistem informasi pemasaran 7. Pengetian sistem informasi 8. Pengertian sistem informasi pemasaran 9. Evolusi konsep sistem informasi 10. Evolusi konsep sistem informasi pemasaran	
4-5	Mahasiswa mampu memahami tentang lingkungan pemasaran dalam berinteraksi dengan berbagai elemen pemasaran		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	[TM : 1x (3x50")] [BT+BM)=(1+1)x(1x60")]	Menjelaskan mengenai lingkungan pemasaran	1. Pasar 2. Hubungan dalam pemasaran 3. Pesaing/kompetitor 4. Politik 5. Hukum 6. Ekonomi 7. Teknologi	10
6-7	Mahasiswa mampu memahami tentang model Sistem Informasi Pemasaran		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	[TM : 1x (3x50")] [BT+BM)=(1+1)x(1x60")]	Menjelaskan tentang Sistem Informasi Pemasaran	1. Subsistem input pemasaran 2. Sistem informasi akuntansi (pemrosesan data) 3. Subsistem penelitian pemasaran 4. Subsistem intelijen	10

						<ul style="list-style-type: none"> 5. Subsistem database 6. Subsistem output pemasaran 7. Subsistem produk 8. Subsistem tempat 9. Subsistem promosi 10. Subsistem harga 11. Subsistem bauran terintegrasi 	
UJIAN TENGAH SEMESTER							
8-9	<p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riset pada Sistem Informasi Pemasaran 2. Output Sistem Informasi Pemasaran 		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	<p>[TM : 1x (3x50")]</p> <p>[BT+BM)=(1+1)x(1x60")]</p>	Menjelaskan tentang riset pada Sistem Informasi Pemasaran dan Output Sistem Informasi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses riset pemasaran 2. Pertimbangan riset pemasaran 3. Keputusan strategis pemasaran 4. Pengawasan keputusan pemasaran 5. Keputusan operasional pemasaran 	10
10-11	<p>Mahasiswa mampu menerangkan apa yang dimaksud dengan pemasaran langsung, manfaat dan pertumbuhan, basis data pelanggan,</p>		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	<p>[TM : 1x (3x50")]</p> <p>[BT+BM)=(1+1)x(1x60")]</p>	Menjelaskan tentang pemasaran langsung dan online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian pemasaran langsung 2. Manfaat-manfaat dan pertumbuhan pemasaran 	20

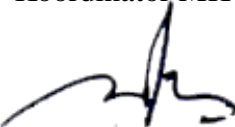
	bentuk pemasaran langsung, pemasran online, pemasaran langsung terpadu serta kebijakan publik dan isu etis dalam pemasran langsung					<ol style="list-style-type: none"> 3. Basis dat pelanggan dan pemasaran langsung 4. Bentuk-bentuk pemasaran langsung 5. Pemasaran online dan perdagangan eletronik 6. Pemasran langug terpadu 7. Kebijakan publik dan isu etis dalam pemasaran 	
12-13	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pemasaran satu per satu, kekuatan yang mempengaruhinya, keuntungan dari pemasaran satu per satu dan database pemasaran satu per satu		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	<p>[TM : 1x (3x50")]</p> <p>[BT+BM)=(1+1)x(1x60")]</p>	Menjelaskan tentang pemasaran satu per satu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian pemasaran satu per satu 2. Kekuatan yang mempengaruhi one to one marketing 3. Sebuah proses komunikasi pemasaran yang direvisi 4. Keuntungan one to one 5. Aplikasi one to one marketing 6. Dasar teknologi database pemasaran 7. One to one marketing dan internet 8. Kerahasiaan pribadi 	10

						menyangkut one to one marketing	
14	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang bagaimana penggunaan sistem informasi pemasaran		Ceramah, tanya jawab, tugas, diskusi kelas.	[TM : 1x (3x50")] [BT+BM)=(1+1)x(1x60")]	Menjelaskan tentang penggunaan Sistem Informasi Pemasaran	Penggunaan Sistem Informasi Pemasaran	20
EVALUASI AKHIR SEMESTER (UAS)							
	Penilaian : Penilaian dapat dilakukan dalam bentuk kehadiran mengikuti proses pembelajaran, Penugasan, ujian tengah semester dan ujian ahir semester (teori dan praktik) 1. Kehadiran : 5% 2. Penugasan : 20% 3. UTS : 10% 4. UAS : 20% 5. Praktik : 35% 6. Soft skill : 10%						

Mengetahui,
Ka Prodi Manajemen Informatika


Zeni Muhamad Noer, S.T., M.Kom.

Tasikmalaya, 07 Juni 2021
Koordinator MK


Iman Hikmat, SS., ST., MM.