

**LAMPIRAN PEDOMAN PENYELENGGARAAN
REKOGNISI PEMBELAJARAN LAMPAU (RPL)**

**BUKU 5: DESKRIPSI PRODI DAN FORMULIR
EVALUASI DIRI**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
MANAJEMEN PEMASARAN**



POLITEKNIK NEGERI BANDUNG

TAHUN 2026

DAFTAR ISI

Bab I. Deskripsi Program Studi.....	1
A. Profil Lulusan	1
B. Capaian Pembelajaran Lulusan	1
C. Daftar Mata Kuliah Program Studi.....	2
Bab II. Formulir Evaluasi Diri	5
Daftar Lampiran Buku 1.....	80
Lampiran 1: Formulir Aplikasi	
Lampiran 2: Formulir Daftar Riwayat Hidup	

BAB I

DESKRIPSI PROGRAM STUDI

A. PROFIL LULUSAN

Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran dengan profil lulusan sebagai berikut:

1. *Analisis Pemasaran (Marketing Analyst)*

Sarjana Terapan mampu melakukan analisis, menyusun, mengembangkan, dan mengimplementasikan strategi pemasaran perusahaan, berkomunikasi dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan distributor, serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

2. *Analisis Riset Pemasaran, Tugas Akhir, Magang (Market Research Analyst)*

Sarjana Terapan mampu menguasai teknik riset pasar, baik kualitatif maupun kuantitatif, serta mampu memanfaatkan teknologi dan alat analisis data untuk menghasilkan laporan yang akurat dan relevan dalam mendukung pertumbuhan perusahaan; Merumuskan rekomendasi strategis berdasarkan hasil analisis untuk mendukung keputusan bisnis terkait pemasaran, pengembangan produk, dan penetrasi pasar; Beradaptasi dengan berbagai perubahan pasar dan teknik riset.

3. *Analisis Merek (Brand Analyst)*

Sarjana Terapan mampu mengembangkan, mengelola, dan mengimplementasikan strategi komunikasi merek perusahaan; menemukan peluang untuk meningkatkan reputasi merek perusahaan.

4. *Analisis Layanan (Service Analyst)*

Sarjana Terapan mampu mengelola organisasi yang berfokus pada pelanggan serta menciptakan budaya layanan dan mendesain cetak biru layanan bagi organisasi.

5. *Tenaga Penjualan (Sales Force)*

Sarjana Terapan mampu menguasai pengetahuan produk/jasa, memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual produk/jasa kepada pelanggan; mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan; membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan; Membuat laporan penjualan; dan memberikan laporan tentang kebutuhan, masalah, dan minat pelanggan, serta peluang untuk produk dan layanan baru.

6. *Analisis Pemasaran Digital (Digital Marketing Analyst)*

Sarjana Terapan mampu melakukan perencanaan pemasaran digital, pembuatan konten pemasaran digital dengan menggunakan berbagai teknologi mutakhir, pengembangan media layanan pemasaran digital, melakukan evaluasi hasil pemasaran digital, serta beradaptasi dengan perubahan perkembangan dunia digital.

B. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN

Setiap lulusan Sarjana Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran memiliki capaian pembelajaran sebagai berikut:

1. Mahasiswa mampu menerapkan nilai-nilai spiritual, etika, kemandirian, kepedulian sosial, dan kemampuan adaptasi untuk berkontribusi secara profesional dan berkelanjutan dalam bidang pemasaran.
2. Mahasiswa mampu membangun dan menerapkan strategi pemasaran untuk meraih kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. Mahasiswa mampu melaksanakan pengukuran efektivitas pemasaran untuk pengembangan strategi pemasaran yang tepat.
4. Mahasiswa mampu membangun relasi pelanggan dan jejaring bisnis dalam rangka meningkatkan nilai penjualan.
5. Mahasiswa mampu mengelola target dan pencapaian penjualan untuk peningkatan penjualan dan memantau pelaksanaan atas rencana peningkatan penjualan.
6. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi penjualan dan memimpin tim operasional penjualan untuk dapat memaksimalkan target penjualan.
7. Mahasiswa mampu menyusun pelayanan yang khas berdasarkan merek organisasi (*branded service*) dalam pelaksanaan aktivitas layanan kepada pelanggan.
8. Mahasiswa mampu merencanakan pengembangan layanan organisasi ke mancanegara untuk dapat mengoptimalkan pangsa pasar.
9. Mahasiswa mampu melakukan riset terhadap sebuah produk/merek dalam rangka pengembangan strategi pemasaran yang tepat.
10. Mahasiswa mampu menyusun dan mengelola strategi portofolio produk dan/atau merek dalam rangka mengembangkan nilai merek.

C. DAFTAR MATA KULIAH PROGRAM STUDI

Daftar Mata Kuliah Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran yang harus ditempuh untuk menyelesaikan program sarjana terapan adalah sebagai berikut. Calon mahasiswa yang mendaftar melalui jalur Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) hanya dapat mengajukan rekognisi atas capaian pembelajaran yang telah diperolehnya dari pendidikan formal sebelumnya atau dari hasil belajar nonformal, informal, dan/atau pengalaman kerja untuk Mata Kuliah-Mata Kuliah yang diberi tanda dengan keterangan RPL “Ya”, sedangkan untuk yang diberi tanda dengan keterangan RPL “Tidak”, berarti mata kuliah tersebut harus ditempuh melalui perkuliahan di Program Studi.

NO.	KODE MK	MATA KULIAH	SKS	Semester	RPL	
					Ya	Tidak
1	25KU1020	Literasi Digital	1	1	✓	
2	25IG1017	Bahasa Inggris 1	2	1	✓	
3	25KU1014	Matematika Bisnis	3	1	✓	
4	25KU0002	Pancasila	2	1	✓	
5	25MM1101	Manajemen Bisnis	3	1	✓	
6	25MM1102	Prinsip-Prinsip Pemasaran	3	1	✓	
7	25MM1103	Proyek Lokasi Bisnis	4	1	✓	
8	25KU1001	Pendidikan Agama	2	2	✓	
9	25KU1007	Bahasa Indonesia	2	2	✓	
10	25IG1018	Bahasa Inggris 2	2	2	✓	
11	25KU1015	Statistika Bisnis	3	2	✓	
12	25KU0003	Kewarganegaraan	2	2	✓	
13	25MM1104	Perilaku Konsumen	3	2	✓	
14	25MM1105	Proyek Penjualan	3	2	✓	
15	25MM1106	Personal Selling	3	2	✓	
16	25MM2107	Akuntansi Bisnis	3	3	✓	

NO.	KODE MK	MATA KULIAH	SKS	Semester	RPL	
					Ya	Tidak
17	25MM2108	Manajemen Penjualan	3	3	✓	
18	25MM2109	Manajemen Merek	4	3	✓	
19	25MM2110	Komunikasi Pemasaran Terpadu	3	3	✓	
20	25MM2111	Saluran Pemasaran Elektronik	4	3	✓	
21	25MM2112	Proyek Event Pemasaran	4	3	✓	
22	25MM2113	Pemasaran Jasa	3	4	✓	
23	25MM2114	Strategi Pemasaran	3	4	✓	
24	25MM2115	Riset Pemasaran	4	4		✓
25	25MM2116	Pemasaran Media Sosial	4	4	✓	
26	25MM2117	Proyek Rencana Pemasaran	4	4	✓	
27	25MM0001	Kewirausahaan	2	5	✓	
28	25MM3118	Manajemen Ritel dan Rantai Pasok	4	5	✓	
29	25MM3119	Bahasa Inggris 3 (TOEIC PREPARATION)	3	5	✓	
30	25MM3120	Pengembangan Produk	4	5	✓	
31	25MM3121	Proyek Pemasaran Digital	4	5	✓	
32	25MM3122	Manajemen Pemasaran Global	3	5	✓	
33	25MM3123	Praktik Kepemimpinan dan Komitmen	4	6	✓	
34	25MM3124	Praktik Berbicara di Depan Umum dan Komunikasi Efektif	4	6	✓	
35	25MM3125	Praktik Kerja Tim dan Manajemen Konflik	4	6	✓	
36	25MM3126	Praktik Adaptasi dan Inisiatif	4	6	✓	
37	25MM3127	Praktik Manajemen Waktu dan Disiplin	4	6	✓	
38	25MM4128	Pelayanan Prima	3	7	✓	
39	25MM4129	Etika Bisnis	3	7	✓	
40	25MM4130	Aspek Hukum dan K3	3	7	✓	
41	25MM4131	Manajemen Hubungan Pelanggan	4	7	✓	
42	25MM4132	Big Data dan Analitik Konsumen	3	7	✓	
43	25MM4133	Pemasaran berkelanjutan	4	7	✓	
44	25MM4134	Tugas Akhir	6	8		✓
45	25MM4135	Uji Kompetensi (P/F)	1	8	✓	

BAB II
FORMULIR EVALUASI DIRI MATA KULIAH YANG DAPAT
DIAJUKAN UNTUK DIREKOGNISI (RPL)

FORMULIR EVALUASI DIRI PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN

Nama Calon : _____
Tempat/Tgl lahir : _____
Alamat : _____
Nomor Telepon/HP : _____
Alamat E Mail : _____

Pengantar

Tujuan pengisian Formulir Evaluasi Diri ini adalah agar calon dapat secara mandiri menilai tingkat profisiensi dari setiap mata kuliah dan menyampaikan bukti yang diperlukan untuk mendukung klaim tingkat profisiensinya.

Isilah setiap kriteria pada halaman-halaman berikut sesuai dengan tingkat profisiensi yang saudara miliki. Saudara harus jujur dalam melakukan penilaian ini.

Catatan: Jika saudara merasa yakin dengan kemampuan yang saudara miliki atas pencapaian profisiensi setiap kriteria Hasil Belajar/Kemampuan Akhir Yang Diharapkan/ Capaian Pembelajaran Mata Kuliah yang dideskripsikan pada halaman berikut, dimohon saudara dapat melampirkan bukti yang valid, otentik, terkini, dan mencukupi untuk mendukung klaim saudara atas pencapaian profisiensi yang baik, dan/atau sangat baik tersebut.

Identifikasi tingkat profisiensi pencapaian saudara dalam kriteria unjuk kerja atau capaian pembelajaran dengan menggunakan jawaban berikut ini:

Profisiensi/kemampuan	Uraian
Sangat baik	<ul style="list-style-type: none">• Saya melakukan tugas ini dengan sangat baik, atau• Saya menguasai bahan kajian ini dengan sangat baik, atau• Saya memiliki keterampilan ini, selalu digunakan dalam pekerjaan dengan tepat tanpa ada kesalahan
Baik	<ul style="list-style-type: none">• Saya melakukan tugas ini dengan baik, atau• Saya menguasai bahan kajian ini dengan baik, atau• Saya memiliki keterampilan ini, dan kadang-kadang
Tidak pernah	<ul style="list-style-type: none">• Saya tidak pernah melakukan tugas ini, atau• Saya tidak menguasai bahan kajian ini, atau• Saya tidak memiliki keterampilan ini

Bukti yang dapat digunakan untuk mendukung klaim saudara atas pencapaian profisiensi yang baik dan atau sangat baik tersebut adalah:

1. Untuk Rekognisi dari Capaian Pembelajaran Formal sebelumnya, yaitu untuk calon mahasiswa yang mengajukan rekognisi Capaian Pembelajaran yang diperoleh dari pendidikan formal pada Program Studi pada Perguruan Tinggi sebelumnya, misal, pernah mengikuti kuliah di Perguruan Tinggi, baik selesai maupun tidak selesai/putus kuliah, maka calon dapat

mengajukan bukti berupa, Ijazah dan/atau Transkrip Nilai, atau Surat Keterangan Lulus Mata Kuliah yang pernah ditempuh di jenjang Pendidikan Tinggi sebelumnya, dan dilengkapi dengan informasi silabusnya.

2. Untuk Rekognisi dari Capaian Pembelajaran Nonformal, Informal dan Pengalaman Kerja, yaitu untuk calon mahasiswa yang mengajukan rekognisi Capaian Pembelajaran yang diperoleh dari pendidikan nonformal, informal dan/atau pengalaman kerja, dapat mengajukan bukti berupa, tetapi tidak terbatas pada:
 - (a) Daftar Riwayat pekerjaan dengan rincian tugas yang dilakukan (*lihat lampiran*);
 - (b) Sertifikat Kompetensi;
 - (c) Sertifikat pengoperasian/lisensi; (misalnya, operator forklift, crane, dsb.);
 - (d) Foto atau video pekerjaan yang pernah dilakukan;
 - (e) Buku harian;
 - (f) Lembar tugas / lembar kerja ketika bekerja di perusahaan;
 - (g) Dokumen analisis/perancangan (parsial atau lengkap) ketika bekerja di perusahaan;
 - (h) Logbook;
 - (i) Catatan pelatihan di lokasi tempat kerja;
 - (j) Keanggotaan asosiasi profesi yang relevan;
 - (k) Referensi / surat keterangan/ laporan verifikasi pihak ketiga dari pemberi kerja / supervisor;
 - (l) Penghargaan dari industri; dan
 - (m) Penilaian kinerja dari perusahaan

Bukti untuk mendukung klaim calon atas pernyataan kriteria capaian pembelajaran mata kuliah atau modul pembelajaran yang dilampirkan calon pada saat mengajukan lamaran akan diverifikasi dan divalidasi oleh penilai sesuai prinsip bukti, yaitu, sah (V), otentik (A), terkini (T) dan cukup (M), yaitu:

- **Sahih (Valid):** ada hubungan yang jelas antara persyaratan bukti dari unit kompetensi/mata kuliah yang akan dinilai dengan bukti yang menjadi dasar penilaian;
- **Otentik/Asli:** dapat dibuktikan bahwa buktinya adalah karya calon sendiri.
- **Terkini:** bukti menunjukkan pengetahuan dan keterampilan kandidat saat ini;
- **Cukup/Memadai:** kriteria mengacu kepada kriteria unjuk kerja dan panduan bukti: mendemonstrasikan kompetensi selama periode waktu tertentu; mengacu kepada semua dimensi kompetensi; dan mendemonstrasikan kompetensi dalam konteks yang berbeda;

Berikut adalah Formulir Evaluasi Diri untuk Mata Kuliah yang dapat dilamar dengan rekognisi (RPL). Calon dapat memilih Formulir Evaluasi Diri sesuai dengan hasil belajar yang telah dimilikinya, baik yang berasal dari pendidikan formal, maupun dari pendidikan nonformal, informal, dan/atau pengalaman kerja.

Mata Kuliah Literasi Digital, 1 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari pemahaman, keterampilan, dan sikap kritis dalam menggunakan teknologi digital secara aman, etis, dan produktif di lingkungan akademik dan profesional. Materi mencakup konsep dasar literasi digital, perangkat keras dan perangkat lunak, internet dan pengelolaan informasi, keamanan serta privasi digital, etika dan integritas akademik, hingga pemanfaatan kecerdasan buatan dan Generative AI secara bertanggung jawab. Melalui pendekatan konseptual dan studi kasus, mahasiswa diharapkan mampu menjadi warga digital yang cerdas, kritis, dan berintegritas di era transformasi digital.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menjelaskan konsep, ruang lingkup, dan peran literasi digital dalam kehidupan akademik, sosial, dan dunia kerja berbasis teknologi.									
2. Menggunakan perangkat keras, perangkat lunak, internet, dan aplikasi digital secara tepat, aman, dan produktif untuk mendukung aktivitas belajar dan kerja.									
3. Menerapkan prinsip keamanan digital dan perlindungan data pribadi, serta mengenali ancaman, risiko, dan dampaknya dalam aktivitas digital sehari-hari.									
4. Menganalisis dan menyikapi secara kritis informasi digital, termasuk disinformasi, hoaks, dan realitas sintetis (deepfake), berdasarkan prinsip literasi digital.									
5. Menerapkan etika digital dan integritas akademik dalam penggunaan konten digital, termasuk hak cipta, sitasi, dan pemanfaatan teknologi secara bertanggung jawab.									
6. Memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI) secara etis, kritis, dan produktif sebagai alat bantu pembelajaran, dengan menyadari keterbatasan, bias, dan implikasinya.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Bahasa Inggris 1, 2 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini dipelajari penggunaan bahasa Inggris dalam konteks bisnis dan pemasaran, yang mencakup pemahaman percakapan, presentasi, serta materi audio dan video bisnis. Mahasiswa dilatih untuk mengidentifikasi dan merangkum ide utama serta informasi penting, berpartisipasi aktif dalam diskusi kelompok melalui penyampaian argumen dan pertanyaan, serta mempersiapkan dan menyampaikan presentasi pemasaran yang jelas dan terstruktur, sehingga mampu menyampaikan pikiran dan argumen secara percaya diri dalam situasi komunikasi profesional berbahasa Inggris.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu mendengarkan percakapan bisnis dan meringkas informasi penting serta mengidentifikasi poin-poin kunci dari materi audiovisual yang relevan									
2. Mahasiswa mampu memperkenalkan diri secara efektif dan memberikan sinopsis lisan terhadap artikel atau studi kasus terkait pemasaran dengan jelas									
3. Mahasiswa mampu menyusun dan menyajikan presentasi bisnis, menggunakan pengucapan, intonasi, dan struktur yang baik.									
4. Mahasiswa mampu berpartisipasi dalam diskusi kelompok dengan mengajukan dan menjawab pertanyaan yang relevan, serta memberikan umpan balik konstruktif terhadap presentasi teman sekelas.									
5. Mahasiswa mampu melakukan simulasi wawancara untuk posisi pemasaran dan berpartisipasi aktif dalam debat mengenai isu terkait pemasaran dengan argumen yang jelas									
6. Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan mendengarkan aktif selama diskusi dengan merespons pertanyaan dan pendapat dari rekan secara tepat serta memberikan tanggapan yang relevan.									
7. Mahasiswa mampu menggunakan kosakata dan istilah bisnis yang tepat dalam komunikasi lisan, serta									

merumuskan pertanyaan terbuka yang mendorong diskusi lebih lanjut tentang topik bisnis									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Matematika Bisnis, 3 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini dipelajari konsep dasar matematika bisnis yang meliputi aritmetika, aljabar, fungsi, kalkulus, dan statistika, serta penerapannya dalam analisis permasalahan bisnis dan pemasaran. Mahasiswa dilatih untuk menghitung biaya, pendapatan, dan keuntungan optimal, menganalisis serta menginterpretasikan data kuantitatif, mendukung pengambilan keputusan berbasis data, dan menggunakan software spreadsheet seperti Microsoft Excel untuk penyelesaian masalah dan analisis data bisnis.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu melaksanakan operasi aritmetika dasar dan menyelesaikan persamaan serta sistem persamaan aljabar yang digunakan dalam konteks bisnis.									
2. Mahasiswa mampu menghitung, menggambarkan grafik, dan menerapkan fungsi matematis yang relevan dalam analisis bisnis, termasuk menghitung turunan dan integral dasar									
3. Mahasiswa mampu menghitung ukuran pemusatan (mean, median, mode) dan ukuran penyebaran (range, variance, standard deviation) serta menggunakan metode statistika untuk analisis bisnis.									
4. Mahasiswa mampu menggunakan software spreadsheet untuk pengolahan data, melakukan analisis matematika, dan menyajikan hasil dalam bentuk tabel dan grafik yang informatif.									
5. Mahasiswa mampu menginterpretasikan hasil analisis statistik dan matematika dalam konteks pengambilan keputusan bisnis, serta menyajikan temuan mereka dalam bentuk presentasi yang terstruktur dan jelas.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pancasila, 2 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep Pancasila secara mendalam, menanamkan nilai-nilai Pancasila, mengembangkan karakter Pancasila dan mampu menerapkan Pancasila dalam kehidupan nyata

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Memahami sejarah, filsafat, dan sumber-sumber nilai Pancasila.									
2. Menguasai rumusan Pancasila sebagai dasar negara, falsafah negara, dan pandangan hidup bangsa.									
3. Menjelaskan hubungan antara Pancasila dengan berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara									
4. Menganalisis penerapan nilai-nilai Pancasila dalam berbagai konteks sosial, politik, dan budaya									
5. Mengevaluasi berbagai permasalahan bangsa dalam perspektif Pancasila									
6. Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam implementasi nilai-nilai Pancasila di era modern									
7. Berpartisipasi aktif dalam upaya mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, dan beradab berdasarkan Pancasila									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Manajemen Bisnis, 3 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini dipelajari konsep dasar ekonomi dan prinsip-prinsip manajemen bisnis serta keterkaitannya dengan dinamika aktivitas ekonomi dalam konteks lokal dan global. Mahasiswa dilatih untuk menerapkan teori ekonomi dan manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis, mengidentifikasi dan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen dalam operasional perusahaan, serta memahami peran manajemen pemasaran dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar ekonomi mikro dan makro, serta siklus ekonomi dan dampaknya terhadap dunia usaha, sehingga dapat memahami relevansi teori ekonomi dalam konteks bisnis.									
2. Mahasiswa mampu menganalisis permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar untuk memahami dinamika pasar yang berpengaruh pada strategi bisnis yang diambil									
3. Mahasiswa mampu menjelaskan fungsi-fungsi manajemen, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, serta proses perencanaan strategis dalam manajemen bisnis.									
4. Mahasiswa mampu memahami berbagai struktur organisasi bisnis dan menjelaskan peran manajerial dalam perusahaan, serta mengevaluasi lingkungan bisnis internal dan eksternal dalam konteks pengambilan keputusan manajerial									
5. Mahasiswa mampu menganalisis laporan keuangan sederhana dan memahami penggunaannya dalam proses manajemen bisnis, termasuk dalam pengambilan keputusan yang efektif.									
6. Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis yang dihadapi di era globalisasi dan digitalisasi, serta berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi bisnis dan pemasaran.									

<p>7. Mahasiswa mampu mengembangkan solusi bisnis yang didasarkan pada prinsip ekonomi dan konsep manajemen, serta menganalisis kasus-kasus bisnis dengan pendekatan manajerial dan ekonomis untuk menghasilkan rekomendasi yang praktis.</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Kuliah Prinsip-Prinsip Pemasaran, 3 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini dipelajari konsep dasar pemasaran yang mencakup tujuan, fungsi, dan elemen-elemen pemasaran, serta penerapannya dalam konteks bisnis. Mahasiswa dilatih untuk melakukan segmentasi pasar, menentukan target pasar, dan merumuskan posisi produk, merancang serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan analisis pasar dan faktor eksternal, menerapkan konsep marketing mix secara komprehensif, serta menggunakan metrik dan alat analisis untuk mengukur dan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah diimplementasikan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran dan bagaimana penerapannya dalam praktik bisnis.									
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menganalisis berbagai segmen pasar serta memilih segmen yang sesuai untuk strategi pemasaran tertentu.									
3. Mahasiswa mampu melakukan analisis lingkungan pasar, termasuk analisis pesaing, pelanggan, dan tren pasar yang relevan.									
4. Mahasiswa mampu merancang dan menerapkan elemen marketing mix untuk produk atau layanan yang telah ditentukan.									
5. Mahasiswa mampu menganalisis hasil dari upaya pemasaran yang telah dilakukan menggunakan metrik kinerja yang relevan									
6. Mahasiswa mampu menganalisis dan memberikan solusi terhadap studi kasus yang berkaitan dengan strategi pemasaran.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Proyek Lokasi Bisnis, 4 sks, semester 1

Pada mata kuliah ini dipelajari konsep strategis pemilihan lokasi bisnis yang sesuai dengan karakteristik dan target pasar. Mahasiswa dilatih untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan lokasi, menerapkan berbagai metode penelitian dalam pengumpulan data, merancang dan mengevaluasi proyek lokasi bisnis, serta mengaplikasikan hasil analisis lokasi dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar lokasi bisnis serta faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihannya									
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemilihan lokasi bisnis, seperti demografi, kompetisi, dan aksesibilitas.									
3. Mahasiswa mampu menerapkan berbagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang relevan dalam penentuan lokasi bisnis									
4. Mahasiswa mampu menganalisis kelayakan berbagai lokasi potensial berdasarkan kriteria aksesibilitas, biaya, dan demografi pasar									
5. Mahasiswa mampu menyusun rencana lokasi bisnis yang mencakup analisis lokasi, rekomendasi, dan strategi implementasi.									
6. Mahasiswa mampu menyajikan rencana proyek lokasi bisnis dengan cara yang profesional dan persuasif									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pendidikan Agama, 2 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep konsep dan ajaran agama yang dianutnya ke dalam proses pekerjaan sesuai dengan bidang ilmunya di lingkup kerja industri konstruksi

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menerapkan konsep dan ajaran agama yang dianutnya ke dalam proses pekerjaan sesuai dengan bidang ilmunya di lingkup kerja industri konstruksi									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Bahasa Indonesia, 2 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep konsep dan prinsip bahasa Indonesia untuk mendukung proses komunikasi, pembuatan dokumen dan pelaporan teknik yang digunakan pada tahapan perancangan, pelaksanaan, pengawasan, perawatan, perbaikan dan penjagaan tingkat layan konstruksi jalan dan jembatan dengan mengacu kepada standar tata tulis yang berlaku.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menerapkan konsep dan prinsip bahasa Indonesia untuk mendukung proses komunikasi, pembuatan dokumen dan pelaporan teknik yang digunakan pada tahapan perancangan, pelaksanaan, pengawasan, perawatan, perbaikan dan penjagaan tingkat layan konstruksi jalan dan jembatan dengan mengacu kepada standar tata tulis yang berlaku									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Bahasa Inggris 2, 2 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini dipelajari keterampilan membaca dan menulis dalam Bahasa Inggris untuk konteks bisnis dan pemasaran. Mahasiswa dilatih untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi berbagai jenis teks seperti artikel, laporan, dan materi pemasaran, mengidentifikasi ide utama serta informasi pendukung, serta menarik kesimpulan yang relevan. Selain itu, mahasiswa dibekali kemampuan menyusun teks bisnis yang jelas dan efektif dengan menerapkan tata bahasa, struktur kalimat, organisasi ide, dan pemilihan kosakata yang tepat sesuai tujuan komunikasi.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menganalisis dan merangkum informasi dari berbagai jenis teks, serta memberikan pendapat yang didukung oleh bukti dari bacaan tersebut.									
2. Mahasiswa mampu memberikan pendapat yang didukung oleh bukti konkret dari bacaan, baik berupa data, kutipan, maupun contoh yang relevan, untuk memperkuat argumen yang disampaikan.									
3. Mahasiswa mampu menulis laporan yang terstruktur dengan baik dan menyampaikan presentasi tertulis yang mendukung ide dan tujuan pemasaran secara efektif.									
4. Mahasiswa mampu menggunakan kosakata dan frasa yang relevan dengan konteks pemasaran dalam tulisan dan presentasi mereka, menunjukkan pemahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam bisnis.									
5. Mahasiswa mampu menulis berbagai dokumen bisnis, termasuk surat formal, email, dan laporan, dengan gaya dan nada yang sesuai untuk audiens profesional agar pesan tersampaikan dengan efektif dan sopan.									
6. Mahasiswa mampu melakukan refleksi terhadap hasil tulisan mereka dan mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam reading dan writing.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Statistika Bisnis, 3 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini dipelajari prinsip dasar dan istilah statistika yang relevan untuk analisis data bisnis. Mahasiswa dilatih menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial, termasuk pengujian hipotesis dan interval kepercayaan, untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data, melakukan analisis regresi dan korelasi dalam konteks pemasaran, serta mengoperasikan software statistik untuk analisis data dan visualisasi hasil secara tepat.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menjelaskan secara komprehensif konsep dasar dan istilah yang umum digunakan dalam statistika bisnis.									
2. Mahasiswa mampu mengumpulkan dan mengorganisir data dari sumber yang relevan untuk analisis statistika.									
3. Mahasiswa mampu menghitung ukuran pemusatan data (rata-rata, median, dan modus) dan ukuran penyebaran data (rentang, varians, deviasi standar) dengan benar.									
4. Mahasiswa mampu membuat dan menafsirkan grafik serta tabel yang menggambarkan data untuk memudahkan pemahaman informasi.									
5. Mahasiswa mampu menggunakan teknik analisis statistik dasar untuk menganalisis data dan menarik kesimpulan yang dapat dipahami oleh pemangku kepentingan.									
6. Mahasiswa mampu menggunakan teknik pengujian hipotesis untuk menguji asumsi tentang populasi berdasarkan data sampel.									
7. Mahasiswa mampu menghitung interval kepercayaan untuk parameter populasi dengan memahami konsep margin of error.									
8. Mahasiswa mampu melakukan regresi linier sederhana untuk model prediktif dan menerjemahkan hasil analisis ke dalam konteks bisnis.									

9. Mahasiswa mampu melakukan analisis korelasi untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel dan menilai kekuatan serta arah hubungan tersebut.								
10. Mahasiswa mampu menggunakan software statistik (misalnya, SPSS, Excel, atau software statistik lainnya) untuk melakukan analisis data dan menyusun laporan hasil analisis.								
11. Mahasiswa mampu merefleksikan hasil analisis data untuk menginformasikan keputusan bisnis dan strategi pemasaran.								
12. Mahasiswa mampu berkomunikasi secara efektif tentang temuan analisis statistik dalam bentuk presentasi atau laporan tertulis kepada audiens yang berbeda latar belakang.								
13. Mahasiswa mampu mengidentifikasi data yang berkualitas dan relevan untuk analisis, serta memahami konsekuensi jika menggunakan data yang tidak valid.								
14. Mahasiswa mampu mengembangkan pemikiran kritis terhadap informasi dan hasil analisis yang diperoleh, serta kemampuan untuk merekomendasikan tindakan berdasarkan data tersebut.								
Komentar Penilai:								

Mata Kuliah Kewarganegaraan, 2 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep kewarganegaraan Indonesia sesuai dengan azas Pancasila dan UUD 45 ke dalam proses pekerjaan sesuai dengan bidang ilmunya di lingkup kerja industri konstruksi

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menerapkan konsep kewarganegaraan Indonesia sesuai dengan azas Pancasila dan UUD 45 ke dalam proses pekerjaan sesuai dengan bidang ilmunya di lingkup kerja industri konstruksi									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Perilaku Konsumen, 3 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini dipelajari konsep dasar perilaku konsumen serta faktor psikologis, sosial, dan budaya yang memengaruhi keputusan pembelian. Mahasiswa dilatih untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dan mengidentifikasi segmen pasar yang relevan, menerapkan teori perilaku konsumen dalam perancangan strategi pemasaran, mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen menggunakan berbagai alat analisis, serta merancang strategi peningkatan pengalaman pelanggan dalam konteks pemasaran digital dengan memperhatikan isu-isu etika perilaku konsumen.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan aspek-aspek dasar perilaku konsumen, termasuk definisi, ruang lingkup, dan berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pemasaran.									
2. Mahasiswa mampu menganalisis bagaimana faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, dan pembelajaran, serta faktor sosial, seperti keluarga dan budaya, berkontribusi terhadap keputusan pembelian dan preferensi merek di kalangan konsumen.									
3. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan mendeskripsikan langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan konsumen, mulai dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi pasca-pembelian, serta melakukan segmentasi pasar untuk menentukan target konsumen yang sesuai.									
4. Mahasiswa mampu menerapkan teori motivasi konsumen untuk merancang strategi pemasaran yang inovatif dan menarik, serta merancang pengalaman pelanggan yang positif selama interaksi dengan produk atau layanan.									
5. Mahasiswa mampu menganalisis perilaku konsumen dalam konteks pemasaran digital, memahami dampak media sosial pada keputusan pembelian, serta menggunakan alat dan metode untuk mengukur									

kepuasan pelanggan dan menyusun rekomendasi berbasis analisis									
6. Mahasiswa mampu mengenal dan mendiskusikan isu-isu etika yang muncul dalam perilaku konsumen, serta menganalisis dampaknya terhadap strategi pemasaran dan reputasi merek									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Proyek Penjualan, 3 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini dipelajari prinsip dan konsep dasar proyek penjualan serta perannya dalam strategi pemasaran. Mahasiswa dilatih untuk merancang rencana proyek penjualan yang mencakup analisis pasar, tujuan, dan strategi pelaksanaan, menerapkan keterampilan komunikasi dan negosiasi, mengevaluasi kinerja proyek menggunakan alat analisis yang relevan, memanfaatkan data dalam pengembangan strategi pemasaran, serta mengelola hubungan pelanggan secara efektif guna mendukung keberhasilan penjualan dan hubungan jangka panjang.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menjelaskan secara mendalam definisi, tujuan, dan lingkup proyek penjualan dalam konteks pemasaran modern dan menyusun dokumen rencana proyek penjualan yang mencakup analisis SWOT, analisis pasar, dan penentuan target penjualan yang jelas dan terukur.									
2. Mahasiswa mampu mengorganisasi dan menyajikan rencana proyek penjualan kepada manajemen atau tim penjualan dengan efektif, serta merangkum peran dan tanggung jawab setiap anggota tim dalam proyek, memastikan kolaborasi yang baik selama proses pelaksanaan.									
3. Mahasiswa mampu mengelola waktu dan sumber daya secara efisien selama pelaksanaan proyek penjualan, serta menerapkan teknik komunikasi yang efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan dan pemangku kepentingan, meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan dalam proses penjualan									
4. Mahasiswa mampu menggunakan teknik negosiasi yang efektif untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dalam transaksi penjualan serta menganalisis dan mengevaluasi hasil penjualan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan wawasan yang berharga.									

<p>5. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi perbaikan berdasarkan hasil analisis kinerja proyek penjualan sebelumnya, serta menyusun laporan akhir proyek yang mencakup ringkasan pelaksanaan, hasil, dan rekomendasi yang konkrit untuk proyek mendatang</p>									
<p>6. Mahasiswa mampu mengidentifikasi tren pasar serta perubahan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi strategi penjualan dan mengintegrasikan umpan balik dari pelanggan untuk meningkatkan pendekatan penjualan di masa depan, beradaptasi dengan perubahan pasar.</p>									
<p>7. Mahasiswa mampu merefleksikan pengalaman proyek penjualan untuk mengidentifikasi pembelajaran yang diperoleh dan keterampilan yang perlu dikembangkan di masa mendatang, serta menyiapkan diri untuk tantangan di dunia pemasaran yang dinamis.</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Kuliah Personal Selling, 3 sks, semester 2

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari definisi, tujuan, dan pentingnya personal selling (penjualan personal) dalam pemasaran, khususnya sebagai pendekatan yang mengandalkan interaksi langsung untuk membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pembelajaran menekankan keterampilan komunikasi lisan dan non-lisan yang efektif agar mahasiswa mampu menciptakan interaksi penjualan yang meyakinkan dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Mahasiswa juga dilatih mengidentifikasi dan mengelola tahapan proses penjualan secara utuh, mulai dari prospeksi, pendekatan, presentasi, penanganan keberatan, hingga penutupan penjualan. Selain itu, mata kuliah ini mengembangkan kemampuan menjaga relasi purna jual, menyelesaikan masalah pelanggan secara profesional, serta menerapkan teknik negosiasi untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Output pembelajaran diarahkan pada penyusunan rencana dan praktik penjualan personal yang terstruktur, siap diterapkan dalam situasi penjualan nyata.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan elemen kunci dari personal selling serta relevansinya dalam strategi pemasaran serta mengidentifikasi dan menganalisis setiap tahap dalam proses penjualan, termasuk prospeksi, persiapan, presentasi, penanganan keberatan, dan penutupan.									
2. Mahasiswa mampu menerapkan teknik komunikasi efektif, termasuk mendengarkan dengan seksama dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik pelanggan; mengenali berbagai tipe pelanggan beserta kebutuhan spesifik mereka untuk meningkatkan pendekatan penjualan yang tepat; menerapkan teknik-teknik penutupan penjualan yang sesuai dengan situasi dan tipe pelanggan.									
3. Mahasiswa dapat memanfaatkan alat dan teknologi penjualan, seperti sistem CRM, guna meningkatkan efisiensi serta efektivitas proses penjualan									
4. Mahasiswa mampu mengembangkan keterampilan membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang berfokus pada kepercayaan dan loyalitas serta memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam									

personal selling untuk memastikan praktik penjualan yang bertanggung jawab									
5. Mahasiswa dapat mengatur waktu dan prioritas dalam proses penjualan untuk meningkatkan produktivitas, baik secara individu maupun tim dan menggunakan metrik serta analisis untuk menilai kinerja penjualan, termasuk evaluasi penjualan bulanan dan konversi prospek									
6. Mahasiswa dapat merumuskan rencana aksi penjualan berdasarkan analisis kinerja serta peluang pasar yang teridentifikasi, mendesain dan menyampaikan presentasi penjualan yang menarik dan persuasif sambil melakukan penilaian diri terhadap keterampilan serta kinerja mereka sebagai tenaga penjual untuk merencanakan pengembangan diri di masa depan									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Akuntansi Bisnis, 3 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari dasar-dasar akuntansi mencakup prinsip dan prosedur yang umum digunakan dalam kegiatan bisnis, serta memahami alur kerja sistem akuntansi untuk mencatat, mengklasifikasikan, dan melaporkan transaksi secara benar dan rapi. Pembelajaran menekankan kemampuan menyusun laporan keuangan (financial statements) dasar, yaitu neraca (balance sheet), laporan laba rugi (income statement), dan laporan arus kas (cash flow statement), termasuk mengenali elemen-elemen utama di dalamnya. Mahasiswa juga dilatih menganalisis laporan keuangan untuk menilai kinerja dan posisi keuangan perusahaan melalui rasio dan indikator keuangan (financial ratios and indicators) yang relevan. Selain itu, mata kuliah ini membahas konsep biaya, metode penganggaran (budgeting), serta pentingnya pengendalian biaya (cost control) sebagai dasar pengambilan keputusan dalam manajemen bisnis. Output pembelajaran diarahkan pada penyusunan kertas kerja akuntansi, laporan keuangan, dan analisis ringkas yang dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi manajerial.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dasar akuntansi dan standar akuntansi yang berlaku di Indonesia.									
2. Mahasiswa dapat menyusun dan menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi yang diterapkan, termasuk penjelasan singkat tentang setiap laporan.									
3. Mahasiswa dapat menganalisis kinerja keuangan perusahaan melalui laporan keuangan, serta memberikan rekomendasi berbasis analisis untuk perbaikan.									
4. Mahasiswa mampu merumuskan rencana anggaran dan mengelola pengeluaran dengan baik untuk mencapai efisiensi operasional.									
5. Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam praktik akuntansi untuk memastikan integritas dan transparansi dalam pelaporan keuangan.									
6. Mahasiswa dapat menggunakan perangkat lunak akuntansi untuk membantu pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan secara efisien.									

<p>7. Mahasiswa dapat melakukan refleksi terhadap proses akuntansi yang telah dilakukan, serta mengidentifikasi area perbaikan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan.</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Kuliah Manajemen Penjualan, 3 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari konsep dasar manajemen penjualan (sales management), fungsi-fungsinya, serta peran penjualan dalam mendukung strategi pemasaran dan strategi organisasi agar target bisnis dapat dicapai secara terarah. Pembelajaran menekankan kemampuan merancang dan mengelola tim penjualan yang efektif, mulai dari menentukan struktur tim, pembagian wilayah atau akun, hingga mengembangkan keterampilan anggota sesuai kebutuhan pasar. Mahasiswa juga dilatih merumuskan dan menerapkan strategi penjualan yang relevan dengan karakteristik pasar dan kebutuhan pelanggan, termasuk penetapan sasaran, perencanaan aktivitas, dan penyusunan program eksekusi penjualan. Selain itu, mata kuliah ini membekali mahasiswa penggunaan metrik kinerja dan alat analisis untuk mengevaluasi hasil kerja tim penjualan, membaca pola pencapaian, serta mengambil langkah perbaikan berbasis data. Output pembelajaran diarahkan pada penyusunan rencana manajemen penjualan dan laporan evaluasi kinerja yang disajikan dalam bentuk kertas kerja.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi, tujuan, dan fungsi manajemen penjualan serta peranannya dalam organisasi, sekaligus menganalisis dan menilai efektivitas berbagai strategi penjualan yang digunakan di industri.									
2. Mahasiswa mampu merancang rencana penjualan yang komprehensif, mencakup analisis pasar, segmentasi pelanggan, penetapan target penjualan, serta menyusun anggaran penjualan berdasarkan proyeksi penjualan dan biaya operasional tim penjualan.									
3. Mahasiswa dapat mengidentifikasi teknik yang efektif untuk merekrut, melatih, dan mengelola tim penjualan guna mencapai target yang ditetapkan, serta merancang program pelatihan yang fokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan produk									
4. Mahasiswa dapat menggunakan berbagai alat dan metrik untuk menilai kinerja individu dan tim penjualan dan memberikan umpan balik konstruktif guna meningkatkan keefektifan tim penjualan, sekaligus menerapkan teknik negosiasi yang efektif untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan									

<p>5. Mahasiswa mampu merumuskan strategi untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan, termasuk penggunaan perangkat lunak CRM untuk pengelolaan data pelanggan dan analisis data penjualan untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik</p>									
<p>6. Mahasiswa dapat mengidentifikasi tantangan umum yang dihadapi dalam manajemen penjualan dan merumuskan solusi yang efektif serta memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam praktik manajemen penjualan untuk menciptakan lingkungan yang bertanggung jawab.</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Kuliah Manajemen Merek, 4 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari konsep dasar merek dan elemen pembentuk persepsi serta nilai merek di pasar. Pembelajaran mencakup tahapan manajemen merek dari pengembangan identitas, peluncuran, hingga pengelolaan aset merek (*brand equity*) sepanjang siklus hidup. Mahasiswa dilatih menganalisis loyalitas merek dan mengukur persepsi konsumen untuk memperkuat kapabilitas merek, serta merancang strategi pengembangan merek melalui segmentasi (*segmentation*), posisi merek (*positioning*), dan manajemen portofolio merek (*brand portfolio management*). Di akhir, mahasiswa mengevaluasi kinerja merek dengan metrik yang relevan dan memahami peran tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) dalam strategi merek, dengan output berupa rencana strategi merek dan laporan evaluasi dalam bentuk kertas kerja.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan fungsi merek dalam konteks pemasaran serta menganalisis elemen-elemen seperti nama, logo, slogan, dan identitas visual merek serta pengaruhnya terhadap persepsi konsumen									
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi pengembangan merek yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar									
3. Mahasiswa dapat merumuskan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan pengenalan dan citra merek melalui berbagai saluran pemasaran, termasuk ide-ide kreatif dalam kampanye pemasaran merek serta penggunaan pemasaran digital.									
4. Mahasiswa mampu mengelola portofolio merek dengan menciptakan sinergi antara berbagai merek dalam satu organisasi									
5. Mahasiswa dapat mengukur dan mengevaluasi kinerja merek dengan menggunakan metrik seperti Brand Equity, Net Promoter Score (NPS), dan Customer Lifetime Value (CLV)									
6. Mahasiswa dapat mengidentifikasi potensi krisis yang dapat mempengaruhi merek dan merumuskan rencana respons untuk mengelola reputasi merek secara efektif									

7. Mahasiswa dapat memahami pentingnya praktik etis dan tanggung jawab sosial dalam manajemen merek serta dapat menerapkannya dalam strategi pemasaran									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Komunikasi Pemasaran Terpadu, 3 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari konsep komunikasi pemasaran terpadu (integrated marketing communications), tujuan, komponen, dan perannya dalam strategi pemasaran. Mahasiswa dilatih menganalisis berbagai saluran komunikasi seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan media sosial, lalu merancang strategi komunikasi pemasaran terpadu yang sesuai dengan tujuan pemasaran dan karakteristik audiens sasaran. Pembelajaran juga menekankan pengembangan pesan kreatif untuk memperkuat merek dan citra perusahaan serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Di akhir, mahasiswa mengevaluasi efektivitas program komunikasi pemasaran terpadu menggunakan metrik dan alat analisis sebagai dasar perbaikan strategi.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi, tujuan, dan fungsi komunikasi pemasaran terpadu serta dampaknya terhadap strategi pemasaran, termasuk menganalisis komponen utama seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran digital.									
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik target audiens untuk merancang pesan yang relevan, jelas, dan persuasif, termasuk kreatif, sesuai dengan nilai serta kebutuhan pelanggan									
3. Mahasiswa dapat memilih dan merencanakan penggunaan saluran komunikasi yang paling efektif untuk mencapai target audiens, serta membuat rencana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang menggabungkan berbagai saluran dan teknik									
4. Mahasiswa mampu menerapkan alat digital dan platform media sosial dalam kampanye komunikasi pemasaran untuk meningkatkan engagement dengan audiens.									
5. Mahasiswa dapat mengelola dan merumuskan strategi hubungan masyarakat yang mendukung komunikasi pemasaran dan membangun citra positif perusahaan									
6. Mahasiswa dapat menggunakan metode dan alat untuk mengukur efektivitas kampanye komunikasi pemasaran									

<p>dan menganalisis hasilnya, sekaligus menyusun laporan evaluasi yang sistematis mengenai hasil dan dampak dari kampanye komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan.</p>									
<p>7. Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi pemasaran untuk menciptakan praktik yang bertanggung jawab</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Kuliah Saluran Pemasaran Elektronik, 4 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari definisi, fungsi, dan pentingnya saluran pemasaran elektronik (*electronic marketing channels*) dalam strategi pemasaran modern. Mahasiswa dilatih mengidentifikasi dan memilih jenis saluran seperti e-commerce, media sosial (*social media*), dan pemasaran surel (*email marketing*) sesuai tujuan bisnis dan karakteristik audiens. Pembelajaran menekankan perumusan strategi implementasi yang efektif dan hemat biaya (*cost-effective*), serta kemampuan mengukur kinerja saluran menggunakan metrik dan alat analisis digital. Selain itu, mata kuliah ini membahas pengalaman pelanggan (*customer experience*) di saluran elektronik dan cara meningkatkannya untuk membangun loyalitas. Output pembelajaran diarahkan pada penyusunan rencana strategi saluran elektronik dan laporan evaluasi kinerja dalam bentuk kertas kerja.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian pemasaran elektronik dan perannya dalam strategi pemasaran modern serta mengidentifikasi berbagai saluran pemasaran elektronik, seperti media sosial, email, website, dan marketplace.									
2. Mahasiswa dapat melakukan riset pasar untuk memahami perilaku konsumen secara online dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.									
3. Mahasiswa mampu merancang dan mengembangkan konten digital yang menarik dan relevan untuk dipasang di berbagai saluran pemasaran elektronik.									
4. Mahasiswa dapat menggunakan berbagai alat pemasaran digital untuk mempromosikan produk atau layanan, seperti SEO, PPC, dan kampanye di media sosial.									
5. Mahasiswa dapat melakukan analisis terhadap data kinerja saluran pemasaran elektronik untuk mengidentifikasi tren dan pola yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran									
6. Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan menerapkan strategi Customer Relationship Management (CRM)									

yang efektif untuk meningkatkan interaksi dan retensi pelanggan.									
7. Mahasiswa dapat mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pemasaran elektronik dan merumuskan solusi yang sesuai berdasarkan analisis situasi.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Proyek Event Pemasaran, 4 sks, semester 3

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari definisi, tujuan, dan fungsi event pemasaran (*marketing event*) sebagai alat untuk mendukung pencapaian tujuan pemasaran yang lebih luas. Mahasiswa dilatih merancang rencana proyek event secara menyeluruh, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-event, termasuk penyusunan anggaran dan pengelolaan sumber daya. Pembelajaran juga membahas pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan strategi berinteraksi secara efektif agar pelaksanaan event berjalan lancar. Di akhir, mahasiswa menerapkan metode evaluasi untuk menilai efektivitas event melalui analisis hasil dan pengukuran dampaknya terhadap kinerja pemasaran perusahaan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa dapat menjelaskan dengan rinci tentang jenis-jenis event pemasaran dan dampaknya terhadap mencapai tujuan pemasaran.									
2. Mahasiswa mampu menyusun proposal rencana event pemasaran yang mencakup tujuan, konsep, strategi komunikasi yang akan digunakan, timeline proyek yang jelas dan terorganisir, serta anggaran yang rinci untuk pelaksanaan event pemasaran									
3. Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan menyeleksi vendor untuk kebutuhan logistik acara (seperti tempat, katering, dan peralatan), serta mengelola tim dan sumber daya manusia yang terlibat dalam pelaksanaan event secara efektif.									
4. Mahasiswa mampu menerapkan teknik pemasaran digital untuk mempromosikan acara dan menarik peserta secara luas, serta menciptakan konten kreatif untuk materi promosi yang dapat menggugah minat peserta dan meningkatkan partisipasi.									
5. Mahasiswa dapat menggunakan alat analisis untuk mengukur keberhasilan acara, seperti survei kepuasan peserta dan analisis dampak penjualan, serta menghasilkan laporan evaluasi acara yang mencakup ringkasan pelaksanaan, fasilitas yang digunakan, dan hasil yang dicapai									

<p>6. Mahasiswa dapat menghadapi dan menyelesaikan masalah yang mungkin muncul selama persiapan dan pelaksanaan event dengan solusi yang efektif, serta membangun jaringan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti sponsor, media, dan komunitas untuk mendukung keberhasilan acara</p>									
<p>7. Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan prinsip kepatuhan serta etika dalam setiap fase perencanaan dan pelaksanaan event pemasaran, dan merefleksikan pengalaman pelaksanaan event untuk meningkatkan keterampilan perencanaan dan manajemen acara di masa mendatang</p>									
<p>Komentar Penilai:</p>									

Mata Pemasaran Jasa, 3 sks, semester 4

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari konsep pemasaran jasa (*services marketing*), karakteristik unik jasa, serta perbedaannya dengan pemasaran barang dalam konteks bisnis. Pembelajaran menekankan analisis faktor kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, serta perumusan strategi pemasaran jasa yang mencakup promosi dan komunikasi sesuai target pasar. Mahasiswa juga dilatih menerapkan manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management/CRM*) untuk membangun dan menjaga relasi dengan pelanggan jasa. Di akhir, mahasiswa menggunakan metrik dan alat analisis untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran jasa dan menyusun rekomendasi perbaikan berkelanjutan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa dapat menguraikan empat karakteristik layanan utama (<i>intangible, inseparable, perishability, dan variability</i>) dan memberikan contoh nyata dari masing-masing karakteristik									
2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan mendeskripsikan segmen pasar yang relevan untuk layanan tertentu, termasuk demografi, psikografi, dan perilaku, serta melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan dalam konteks layanan yang ditawarkan									
3. Mahasiswa dapat merancang dan mengembangkan layanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, termasuk penggunaan bauran pemasaran untuk produk jasa									
4. Mahasiswa dapat menyusun dan menerapkan rencana komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital untuk menjangkau pelanggan									
5. Mahasiswa mampu mengumpulkan umpan balik dengan alat dan teknik yang tepat dan menganalisis hasil umpan balik dari pelanggan untuk mengidentifikasi area perbaikan dalam layanan									

6. Mahasiswa dapat merancang rencana manajemen krisis untuk mengatasi masalah layanan dan menjaga reputasi organisasi.									
7. Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pemasaran jasa untuk memastikan praktik yang bertanggung jawab dan mematuhi regulasi yang berlaku.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Strategi Pemasaran, 3 sks, semester 4

Pada mata kuliah ini, mahasiswa mempelajari konsep dasar strategi pemasaran, termasuk diferensiasi, segmentasi pasar (segmentation), dan penetapan posisi (positioning). Mahasiswa dilatih menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan pemasaran melalui analisis SWOT dan analisis kompetitif. Pembelajaran berfokus pada penyusunan strategi dan rencana pemasaran yang komprehensif berbasis riset pasar dan kebutuhan pelanggan, mencakup tujuan, target pasar, taktik, serta indikator kinerja. Di akhir, mahasiswa mengevaluasi efektivitas strategi yang dijalankan dan menyusun penyesuaian berdasarkan hasil analisis dan umpan balik pasar.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa dapat menguraikan definisi strategi pemasaran dan menjelaskan pentingnya dalam konteks bisnis.									
2. Mahasiswa dapat melakukan analisis mendalam terhadap pasar, mencakup identifikasi tren, analisis pesaing, dan peluang yang ada di industri									
3. Mahasiswa dapat menggunakan data dan riset pasar untuk merumuskan dan mengembangkan strategi pemasaran yang berbasis data dan relevan.									
4. Mahasiswa dapat menciptakan strategi pemasaran inovatif yang membantu produk atau layanan berbeda dari pesaing di pasar.									
5. Mahasiswa dapat menjelaskan dan menerapkan teknologi pemasaran digital serta alat analitik untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas kampanye pemasaran.									
6. Mahasiswa dapat merancang dan menyusun pesan pemasaran yang strategis dengan mempertimbangkan saluran komunikasi yang tepat untuk audiens target.									
7. Mahasiswa dapat mengidentifikasi risiko yang mungkin timbul terkait strategi pemasaran dan mengembangkan rencana mitigasi untuk mengurangi dampak negatif.									

8. Mahasiswa dapat memahami prinsip-prinsip etika dalam pemasaran dan dapat menerapkannya dalam perumusan strategi dan pelaksanaan praktik pemasaran yang bertanggung jawab.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Riset Pemasaran, 4 sks, semester 4

Pada mata kuliah Riset Pemasaran, dipelajari dasar-dasar riset pemasaran serta metodologi kualitatif, kuantitatif, dan campuran sebagai landasan pengambilan keputusan pemasaran berbasis data. Mahasiswa dilatih merancang proyek riset yang mencakup penentuan jenis data, metode pengumpulan data, serta perumusan populasi dan teknik pengambilan sampel yang relevan. Pembelajaran menekankan kemampuan menganalisis dan menginterpretasikan data riset dengan menggunakan alat dan teknik statistik yang tepat, serta menyajikan temuan secara jelas. Luaran mata kuliah ini adalah laporan riset pemasaran yang komprehensif dan profesional, berisi wawasan, rekomendasi, dan dasar keputusan yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu menjelaskan komponen utama dari proses riset pemasaran mulai dari pendefinisian masalah hingga presentasi hasil.									
2. Mahasiswa mampu menyusun rencana riset pemasaran yang mencakup seluruh komponen, dari pengumpulan data hingga analisis dan presentasi hasil.									
3. Mahasiswa mampu melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi masalah dan peluang yang ada serta merumuskan pertanyaan riset yang relevan									
4. Mahasiswa mampu mengumpulkan data secara etis dan bertanggung jawab, serta mengolah data menggunakan perangkat lunak analisis statistik.									
5. Mahasiswa mampu melakukan analisis mendalam terhadap data yang dikumpulkan dan menginterpretasikan hasil untuk memberikan wawasan yang berguna bagi strategi pemasaran.									
6. Mahasiswa mampu mengevaluasi metodologi riset yang digunakan untuk memastikan validitas, reliabilitas, dan representativitas hasil riset.									
7. Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam melakukan riset pemasaran, memastikan perlindungan terhadap responden dan integritas penelitian.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pemasaran Media Sosial, 4 sks, semester 4

Pada mata kuliah Pemasaran Media Sosial, dipelajari konsep dan praktik merancang strategi pemasaran melalui media sosial untuk membangun merek dan menarik pelanggan, meliputi analisis karakteristik platform (Facebook, Instagram, Tiktok, X/Twitter, dan LinkedIn dll) beserta audiensnya, perencanaan dan pembuatan konten, penjadwalan serta pengelolaan interaksi, dan evaluasi kinerja kampanye menggunakan metrik serta alat analitik berbasis data, dengan luaran berupa kertas kerja rancangan kampanye media sosial yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menguraikan definisi, pentingnya, dan peran media sosial dalam strategi pemasaran modern.									
2. Mahasiswa mampu melakukan riset untuk memahami tren dan perilaku audiens di media sosial, serta menerapkan wawasan ini dalam strategi pemasaran.									
3. Mahasiswa mampu menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik platform media sosial yang digunakan, seperti gambar, video, dan artikel									
4. Mahasiswa mampu mengelola komunitas online dengan baik, termasuk menangani pertanyaan, komentar, dan masukan dari pengikut atau pelanggan di media sosial.									
5. Mahasiswa mampu merancang dan melaksanakan kampanye iklan berbayar di platform media sosial, termasuk menentukan target audiens dan anggaran iklan									
6. Mahasiswa mampu menggunakan alat analisis media sosial untuk melacak kinerja konten mereka dan menyusun laporan yang merinci temuan serta rekomendasi untuk perbaikan.									
7. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan beradaptasi dengan tren terbaru dalam pemasaran media sosial,									

serta menerapkan strategi yang responsif untuk tetap relevan di pasar.									
8. Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pemasaran media sosial, memastikan praktik yang bertanggung jawab dan mematuhi regulasi yang berlaku									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Proyek Rencana Pemasaran, 4 sks, semester 4

Pada mata kuliah Perencanaan Pemasaran, dipelajari konsep dan praktik menyusun rencana pemasaran yang selaras dengan strategi bisnis, dengan menggunakan metode analisis situasi pasar dan lingkungan seperti SWOT, PESTEL, serta analisis pesaing sebagai dasar pengambilan keputusan. Mahasiswa dilatih merumuskan strategi pemasaran melalui segmentasi, penentuan target, dan positioning, kemudian menerjemahkannya ke dalam taktik yang spesifik dan terukur mencakup promosi, distribusi, dan pengembangan produk. Evaluasi dilakukan melalui penetapan metrik kinerja dan analisis hasil untuk menghasilkan rekomendasi perbaikan, dengan luaran berupa dokumen rencana pemasaran yang sistematis dan siap diterapkan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menguasai dengan detail komponen utama yang harus ada dalam rencana pemasaran									
2. melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di pasar.									
3. menyusun rencana pemasaran yang mencakup seluruh komponen penting, termasuk analisis situasi, tujuan pemasaran, strategi, taktik, dan anggaran									
4. Berkomunikasi secara efektif dengan anggota tim dan pemangku kepentingan dalam proyek, sekaligus menyampaikan hasil rencana pemasaran kepada audiens dengan cara yang menarik dan persuasif.									
5. mengelola sumber daya yang diperlukan untuk pelaksanaan penyusunan rencana pemasaran, termasuk anggaran, staf, dan peralatan.									
6. Menerapkan etika pemasaran dan praktik bisnis yang bertanggung jawab dalam setiap aspek perencanaan dan pelaksanaan.									
7. Menghadapi tantangan dan menyelesaikan masalah yang muncul selama proyek dengan pendekatan yang inovatif dan kreatif.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Kewirausahaan, 2 sks, semester 5

Pada mata kuliah Kewirausahaan, dipelajari prinsip-prinsip dasar kewirausahaan, peran wirausaha dalam perekonomian, serta karakteristik dan kompetensi yang dibutuhkan untuk membangun usaha. Mahasiswa dilatih mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis berbasis kebutuhan pasar, berpikir inovatif dalam mengembangkan produk atau layanan baru, serta menyusun rencana bisnis yang komprehensif mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, dan rencana keuangan. Mata kuliah ini juga membekali mahasiswa dengan kemampuan mengelola risiko melalui perencanaan strategi mitigasi yang relevan, dengan luaran berupa dokumen rencana bisnis yang layak dan siap dipresentasikan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menjelaskan berbagai jenis model bisnis dan strategi yang dapat diterapkan dalam kewirausahaan.									
2. Mengembangkan analisis SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu ide bisnis.									
3. Menyusun rencana bisnis lengkap yang mencakup Executive Summary, analisis pasar, rencana pemasaran, rencana operasional, dan rencana keuangan.									
4. Mengidentifikasi target pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai berdasarkan perilaku dan preferensi konsumen.									
5. Menerapkan teknik presentasi efektif untuk menyampaikan ide bisnis kepada calon investor dan pemangku kepentingan lainnya.									
6. Membangun jaringan profesional yang bisa mendukung pengembangan usaha melalui kolaborasi dan kemitraan.									
7. Menerapkan prinsip lean startup dalam pengembangan produk dan layanan untuk menguji pasar secara cepat dan efisien.									
8. Menerapkan teknik analisis finansial untuk menyusun neraca, laporan laba rugi, dan proyeksi arus kas.									

9. Mengembangkan keterampilan negosiasi yang baik untuk melakukan transaksi bisnis dan menjalin kerjasama.								
10. Menerapkan etika bisnis dalam pengambilan keputusan dan menjalankan usaha secara berkelanjutan serta bertanggung jawab.								
11. Berlatih keterampilan kepemimpinan dengan memimpin proyek kecil atau kelompok kerja untuk mencapai tujuan bersama.								
12. Mengidentifikasi sumber pendanaan yang sesuai untuk memulai dan mengembangkan usaha, termasuk penyusunan proposal pendanaan.								
13. Merefleksikan pengalaman belajar dari studi kasus kewirausahaan dan menerapkan hikmah untuk usaha yang akan datang.								
14. Meningkatkan keterampilan kreatif dalam penciptaan nilai untuk produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar								
Komentar Penilai:								

Mata Kuliah Manajemen Ritel dan Rantai Pasok, 4 sks, semester 5

Pada mata kuliah Manajemen Ritel dan Rantai Pasok, dipelajari definisi, tujuan, dan peran manajemen ritel (*retail management*) serta rantai pasok (*supply chain*) dalam pemasaran modern, termasuk cara ritel memilih saluran distribusi, format ritel, dan strategi layanan untuk memperkuat pengalaman pelanggan. Mahasiswa dilatih menganalisis jenis dan struktur ritel, memahami prinsip rantai pasok yang efisien, serta menjelaskan bagaimana pengelolaan rantai pasok meningkatkan kinerja bisnis melalui penurunan biaya dan peningkatan layanan. Pembelajaran juga menekankan perumusan strategi pemasaran ritel untuk mendorong penjualan dan loyalitas pelanggan, disertai penggunaan alat analisis kinerja rantai pasok untuk menyusun rekomendasi perbaikan berkelanjutan, dengan luaran berupa kertas kerja rencana strategi ritel dan perbaikan rantai pasok yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menjelaskan dengan jelas berbagai model dan konsep dalam manajemen ritel dan rantai pasok.									
2. Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan dalam manajemen ritel dan rantai pasok									
3. Merancang tata letak dan desain ritel yang meningkatkan pengalaman berbelanja bagi pelanggan dan mendukung tujuan pemasaran.									
4. Menjelaskan dan menerapkan teknik pengelolaan persediaan yang efektif serta strategi logistik untuk memastikan produk tersedia tepat waktu dan dalam jumlah yang memadai									
5. Merumuskan strategi penetapan harga dan promosi yang sesuai untuk produk di ritel serta dapat menganalisis dampaknya terhadap penjualan.									
6. Menggunakan sistem informasi yang membantu dalam manajemen rantai pasok untuk meningkatkan visibilitas dan koordinasi antar pihak yang terlibat.									
7. Prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial dalam praktik ritel dan rantai pasok, serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan manajerial									

8. Menciptakan ide-ide kreatif untuk kampanye pemasaran ritel dan strategi branding yang menarik bagi konsumen									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Bahasa Inggris 3 (TOEIC PREPARATION), 3 sks, semester 5

Pada mata kuliah Persiapan TOEIC, dipelajari format, struktur, dan jenis pertanyaan tes TOEIC yang mencakup kemampuan mendengarkan (*listening*) dan membaca (*reading*), disertai latihan terarah untuk meningkatkan pemahaman informasi utama, detail, dan nuansa dalam materi audio. Mahasiswa juga dilatih menganalisis teks bisnis dan umum untuk menemukan informasi yang relevan serta memperkuat pemahaman bacaan. Pembelajaran menekankan penerapan strategi menghadapi tes, termasuk manajemen waktu dan teknik menjawab yang efektif, sekaligus memperluas kosakata dan menguasai struktur tata bahasa yang lazim digunakan dalam konteks bisnis dan komunikasi internasional, dengan luaran berupa peningkatan kesiapan dan performa dalam tes TOEIC.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mengikuti latihan simulasi TOEIC yang mencakup sesi mendengarkan dan membaca untuk mempersiapkan diri secara efektif sebelum ujian.									
2. Menganalisis berbagai teks yang muncul dalam TOEIC dan mengevaluasi informasi serta membuat ringkasan dari bacaan tersebut.									
3. Mendengarkan dan memahami percakapan, pengumuman, dan presentasi dalam Bahasa Inggris untuk mengidentifikasi ide utama dan detail penting.									
4. Menggunakan kosakata yang relevan dalam situasi bisnis dan komunikasi internasional, serta mengaplikasikannya secara disiplin dalam berbicara dan menulis.									
5. Menerapkan teknik yang dipelajari untuk menjawab berbagai tipe pertanyaan dalam TOEIC dengan tepat dan efisien.									
6. Melakukan refleksi terhadap kemajuan mereka dalam persiapan TOEIC, mengidentifikasi strengths dan weaknesses, serta merumuskan rencana untuk perbaikan lebih lanjut.									
7. Mendemonstrasikan kemampuan berbicara dalam Bahasa Inggris yang mencakup presentasi formal dan diskusi bisnis secara efektif.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pengembangan Produk, 4 sks, semester 5

Pada mata kuliah Pengembangan Produk, dipelajari definisi, proses, dan pentingnya pengembangan produk dalam strategi pemasaran serta dampaknya terhadap keberhasilan bisnis. Mahasiswa dilatih mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan serta preferensi konsumen melalui riset pasar sebagai dasar pengambilan keputusan, kemudian menyusun rencana pengembangan produk yang mencakup penggalan ide (*ideation*), desain, pembuatan purwarupa (*prototyping*), dan pengujian sebelum peluncuran. Pembelajaran juga menekankan perumusan strategi peluncuran yang efektif melalui segmentasi, positioning, dan promosi untuk mencapai target penjualan, serta evaluasi kinerja produk pascapeluncuran menggunakan metrik dan alat analisis guna menghasilkan rekomendasi perbaikan dan inovasi berkelanjutan, dengan luaran berupa kertas kerja rencana pengembangan dan peluncuran produk yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Menjelaskan secara rinci setiap langkah dalam proses pengembangan produk, mulai dari ide hingga peluncuran, sekaligus memahami pentingnya inovasi berkelanjutan dalam pengembangan produk untuk mempertahankan daya saing di pasar dan memenuhi kebutuhan yang berubah dari konsumen.									
2. Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren, peluang, dan tantangan yang dapat memengaruhi pengembangan produk.									
3. Merancang dan mengembangkan ide produk baru, serta membuat prototype yang mengatasi kebutuhan konsumen dan memenuhi kriteria fungsionalitas.									
4. Melakukan analisis dan pengujian konsep produk menggunakan feedback dari pelanggan dan pengguna potensial untuk memastikan kesesuaian pasar.									
5. Menerapkan keterampilan manajemen proyek dalam proses pengembangan produk untuk memastikan keteraturan, anggaran, dan waktu peluncuran.									
6. Merumuskan dan menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif untuk produk baru, termasuk kampanye promosi dan saluran distribusi yang tepat.									

7. Menganalisis dampak produk yang diluncurkan terhadap posisi perusahaan di pasar, termasuk analisis finansial dan umpan balik konsumen.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Proyek Pemasaran Digital, 4 sks, semester 5

Pada mata kuliah Proyek Pemasaran Digital, dipelajari definisi, tujuan, dan cakupan pemasaran digital (*digital marketing*) serta penerapannya dalam strategi bisnis modern. Mahasiswa dilatih merancang rencana proyek pemasaran digital berbasis analisis pasar, penetapan tujuan, dan strategi yang relevan dengan audiens sasaran, lalu mengeksekusinya menggunakan berbagai alat dan teknologi pemasaran digital untuk menghasilkan kampanye yang efektif dan efisien. Pembelajaran juga menekankan pengukuran dan analisis kinerja kampanye melalui metrik dan analitik web untuk menyusun rekomendasi perbaikan, serta pengelolaan proyek yang rapi mencakup kolaborasi tim dan pengaturan sumber daya, dengan luaran berupa kertas kerja rencana dan laporan proyek pemasaran digital yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menjelaskan secara komprehensif berbagai bentuk pemasaran digital dan keuntungannya dibandingkan dengan pemasaran tradisional.									
2. Melakukan riset pasar digital untuk memahami perilaku konsumen dan tren yang mempengaruhi strategi pemasaran.									
3. Merumuskan strategi digital yang menyeluruh, termasuk penggunaan SEO, media sosial, konten marketing, dan iklan berbayar.									
4. Menciptakan konten digital yang inovatif dan menarik untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan mendukung tujuan pemasaran									
5. Mengidentifikasi dan menggunakan platform digital yang tepat untuk menjangkau audiens sasaran secara efektif.									
6. Melakukan evaluasi terhadap kinerja kampanye digital menggunakan alat analisis, seperti Google Analytics, dan menyusun laporan kinerja.									
7. Melakukan identifikasi risiko dalam proyek pemasaran digital dan merumuskan langkah mitigasi yang tepat.									
8. Memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pemasaran digital, memastikan bahwa praktik									

pemasaran dilakukan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Global, 3 sks, semester 5

Pada mata kuliah Manajemen Pemasaran Global, dipelajari prinsip dasar pemasaran global serta perbedaan pemasaran domestik dan internasional dalam konteks persaingan lintas negara. Mahasiswa dilatih menganalisis faktor eksternal yang memengaruhi keputusan masuk pasar global, meliputi aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, dan budaya (PESTC), sebagai dasar perumusan strategi. Pembelajaran menekankan perancangan strategi pemasaran untuk memasuki dan bersaing di pasar internasional melalui segmentasi, penentuan target, dan penetapan posisi produk, serta pengembangan dan penyesuaian produk atau layanan agar sesuai dengan kebutuhan konsumen di berbagai negara. Evaluasi dilakukan menggunakan metrik dan pendekatan analisis kinerja kampanye global untuk menyusun rekomendasi perbaikan, dengan luaran berupa kertas kerja strategi pemasaran global yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Menguraikan definisi dan konsep dasar pemasaran global serta peran pentingnya dalam konteks bisnis internasional.									
2. Melakukan riset pasar internasional untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada di berbagai negara dan wilayah									
3. Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan global dan mengevaluasi kesuksesan mereka di pasar internasional									
4. Menyusun rencana pemasaran global yang mencakup analisis situasi, tujuan pemasaran, strategi yang relevan, dan tindakan taktis yang spesifik untuk pelaksanaan									
5. Memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang mempertimbangkan perbedaan budaya dan gaya komunikasi yang sesuai untuk audiens internasional.									
6. Mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait dengan pemasaran global, termasuk risiko politik, ekonomi, dan budaya									
7. Mengeksplorasi penggunaan teknologi dan platform digital untuk pemasaran produk dan layanan di pasar global yang lebih efisien.									

8. Memahami prinsip-prinsip etika dalam pemasaran global dan dapat menerapkannya untuk memastikan praktik yang bertanggung jawab dan sesuai dengan hukum di berbagai negara.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Praktik Kepemimpinan dan Komitmen, 4 sks, semester 6

Pada mata kuliah Praktik Kepemimpinan dan Komitmen, dipelajari berbagai teori dan gaya kepemimpinan serta penerapannya dalam konteks organisasi dan manajemen tim. Mahasiswa dilatih mengenali kekuatan dan kelemahan kepemimpinan pribadi untuk menyusun strategi pengembangan diri yang meningkatkan efektivitas memimpin. Pembelajaran menekankan pemahaman dinamika tim, cara membangun komitmen menuju tujuan bersama, serta keterampilan mengelola konflik dan memotivasi anggota tim. Mata kuliah ini juga membahas etika dan tanggung jawab sosial dalam kepemimpinan untuk membangun kepercayaan dan integritas, serta melatih mahasiswa merumuskan dan menerapkan strategi kepemimpinan yang berdampak pada peningkatan kinerja individu dan tim dalam berbagai konteks bisnis, dengan luaran berupa kertas kerja rencana pengembangan kepemimpinan dan strategi pengelolaan tim.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Melakukan refleksi terhadap gaya dan efektivitas kepemimpinan pribadi serta mengidentifikasi area untuk perbaikan berkelanjutan.									
2. Mengelola tim dengan efektif, memotivasi anggota tim agar berkontribusi maksimal, dan menangani konflik yang mungkin timbul dengan cara yang konstruktif									
3. Menerapkan teori kepemimpinan dalam situasi praktis untuk memecahkan masalah dan menginspirasi tim menuju keberhasilan.									
4. Berkomunikasi secara efektif dengan anggota tim dan stakeholder, memfasilitasi kolaborasi yang konstruktif dan produktif dalam mencapai tujuan organisasi.									
5. Mengevaluasi kinerja kepemimpinan menggunakan umpan balik dan metrik yang relevan, serta menetapkan rencana pengembangan untuk peningkatan lebih lanjut.									
6. Membuat keputusan yang etis dalam kepemimpinan, mempertimbangkan dampaknya pada organisasi dan masyarakat secara keseluruhan.									
7. Menciptakan dan mempertahankan budaya kerja yang positif dan inklusif, yang mendorong komitmen dan produktivitas tinggi dalam tim.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Praktik Berbicara di Depan Umum dan Komunikasi Efektif, 4 sks, semester 6

Pada mata kuliah Praktik Berbicara di Depan Umum dan Komunikasi Efektif, dipelajari prinsip komunikasi efektif beserta komponen kuncinya dan penerapannya dalam konteks bisnis maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa dilatih menyiapkan dan menyampaikan presentasi di depan umum dengan percaya diri melalui penyusunan struktur materi yang jelas, penggunaan bahasa tubuh yang tepat, serta teknik komunikasi interpersonal seperti mendengarkan aktif dan empati untuk membangun hubungan yang baik dengan audiens. Pembelajaran juga menekankan strategi mengelola kecemasan dan stres saat tampil, serta kemampuan memberi dan menerima umpan balik konstruktif untuk perbaikan berkelanjutan, dengan luaran berupa kertas kerja dan performa presentasi yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Melakukan persiapan yang efektif, termasuk penelitian dan pengorganisasian materi sebelum presentasi									
2. Menggunakan teknik presentasi, seperti penggunaan alat bantu visual dan teknologi, untuk memperkuat penyampaian pesan dan memikat audiens.									
3. Membangun argumen yang logis dan meyakinkan dalam presentasi serta mempersiapkan jawaban untuk pertanyaan dari audiens.									
4. Memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam berbicara di depan umum, termasuk menghormati sudut pandang audiens									
5. Melakukan evaluasi terhadap kinerja berbicara mereka sendiri serta melakukan refleksi untuk mengidentifikasi kekuatan dan area yang perlu diperbaiki.									
6. Menyesuaikan gaya komunikasi dan konten presentasi berdasarkan karakteristik audiens yang berbeda, termasuk latar belakang dan pengetahuan									
7. Berkomunikasi secara efektif dalam berbagai situasi, baik formal maupun non-formal, untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Praktik Kerja Tim dan Manajemen Konflik, 4 sks, semester 6

Pada mata kuliah ini, akan membekali mahasiswa dengan pemahaman dan latihan nyata tentang cara bekerja dalam tim secara efektif, mulai dari dinamika kelompok, pembagian peran, sampai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja tim. Mahasiswa akan belajar mengenali berbagai gaya kerja tim dan dampaknya terhadap interaksi serta produktivitas, sekaligus mengidentifikasi sumber-sumber konflik yang umum muncul dalam kerja kelompok. Melalui studi kasus, simulasi, dan tugas kolaboratif, mahasiswa berlatih menerapkan teknik manajemen konflik untuk menyelesaikan masalah secara konstruktif, serta menggunakan keterampilan komunikasi yang jelas, asertif, dan empatik agar koordinasi tim berjalan rapi. Di akhir perkuliahan, mahasiswa melakukan refleksi terstruktur atas pengalaman kerja tim untuk menemukan area perbaikan, baik pada keterampilan pribadi maupun cara kerja kelompok, sehingga siap berkolaborasi secara profesional di lingkungan kerja.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mampu bekerja sama dalam proyek kelompok dengan membagi tugas, mengelola waktu, dan berkontribusi secara aktif untuk mencapai hasil yang diinginkan.									
2. Mampu menganalisis situasi dalam tim dan mengidentifikasi apakah konflik yang muncul bersifat fungsional atau disfungsional, serta dampaknya terhadap kinerja tim.									
3. TB 3 (CPMK3) Mampu merumuskan rencana aksi untuk menangani konflik dalam tim, termasuk strategi komunikasi dan disengagement untuk meredakan ketegangan									
4. Mampu menyusun dan menyampaikan presentasi yang jelas dan terstruktur tentang hasil kerja tim, termasuk analisis proses dan refleksi pengalaman.									
5. Mampu mengelola perbedaan dalam pendapat dan perspektif di antara anggota tim, serta memfasilitasi diskusi yang produktif.									
6. Mampu menerapkan keterampilan negosiasi dalam situasi konflik untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.									

7. Mampu menunjukkan komitmen terhadap tujuan tim dan berperan aktif dalam upaya menciptakan atmosfer yang positif dan mendukung dalam kelompok.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Praktik Adaptasi dan Inisiatif, 4 sks, semester 6

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep penerapan kemampuan beradaptasi dan mengambil inisiatif sebagai bekal bekerja di lingkungan bisnis yang cepat berubah. Mahasiswa mempelajari definisi, peran, dan pentingnya adaptasi serta inisiatif, lalu mengidentifikasi tantangan nyata di dunia usaha seperti perubahan kebutuhan pelanggan, persaingan, teknologi, dan kebijakan. Melalui studi kasus, simulasi, dan proyek singkat, mahasiswa berlatih merumuskan dan menerapkan strategi adaptasi yang efektif, termasuk bagaimana inovasi menjadi bagian penting agar organisasi tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang. Mata kuliah ini juga menekankan cara mendorong inisiatif individu dan tim, membangun komunikasi serta kebiasaan kerja yang mendukung kreativitas, dan menciptakan budaya organisasi yang terbuka pada ide baru. Pada akhir perkuliahan, mahasiswa dilatih membaca perubahan pasar, mengenali sinyal peluang, dan memanfaatkan kesempatan baru secara proaktif sebagai respons yang terarah terhadap dinamika bisnis.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mampu merefleksikan pengalaman pribadi mereka dalam menghadapi perubahan dan menunjukkan keterampilan adaptasi yang telah mereka kembangkan.									
2. Mampu merumuskan rencana tindakan adaptif yang menggambarkan langkah-langkah untuk menerapkan strategi adaptasi dalam situasi tertentu di tempat kerja									
3. Mampu mengambil keputusan yang didorong oleh inisiatif dan aksi untuk menangkap peluang pasar baru, memperhatikan dampak jangka panjang dari keputusan tersebut									
4. Mampu bekerja sama dalam tim untuk mengimplementasikan inisiatif dan adaptasi, berbagi ide kreatif, serta memberikan dukungan kepada anggota tim.									
5. Mampu menyusun dan menyampaikan pesan yang jelas dan persuasif mengenai kebutuhan untuk beradaptasi dan mengambil inisiatif kepada para pemangku kepentingan di dalam organisasi									
6. Mampu menerapkan keterampilan dalam manajemen perubahan untuk memperkenalkan inisiatif baru dalam organisasi dan membantu tim beradaptasi dengan perubahan tersebut.									

7. Mengevaluasi hasil dari inisiatif dan strategi adaptasi yang telah diterapkan dan merumuskan rekomendasi untuk perbaikan berkelanjutan ke depan.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Praktik Manajemen Waktu dan Disiplin, 4 sks, semester 6

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari kemampuan mengelola waktu secara terarah dan membangun disiplin kerja yang konsisten agar produktivitas pribadi maupun tim meningkat. Mahasiswa mempelajari pengertian manajemen waktu, alasan disiplin menjadi kunci dalam pengaturan aktivitas, serta dampaknya terhadap kualitas hasil kerja, ketepatan tenggat, dan kolaborasi. Melalui latihan dan studi kasus, mahasiswa mengidentifikasi hambatan umum seperti penundaan, distraksi, beban kerja tidak seimbang, dan kebiasaan kerja yang kurang rapi, lalu merumuskan strategi untuk mengatasinya. Mahasiswa juga berlatih menggunakan alat dan teknik manajemen waktu, seperti matriks Eisenhower, daftar tugas, dan aplikasi pengelolaan waktu untuk merencanakan serta mengatur kegiatan harian. Di akhir mata kuliah, mahasiswa mampu menerapkan teknik penentuan prioritas, menyusun rencana harian atau mingguan yang realistis, dan menjalankannya secara disiplin sebagai langkah nyata untuk mencapai target belajar dan target kerja.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mampu mencatat kegiatan dan deadlines, serta menyusun jadwal yang teratur untuk menjalankan tugas dan proyek dalam jangka waktu yang ditentukan.									
2. Mampu menerapkan berbagai teknik manajemen waktu dalam situasi nyata untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja.									
3. Mampu melakukan refleksi terhadap bagaimana mereka menggunakan waktu dan mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam disiplin waktu									
4. Mampu mengidentifikasi gangguan yang mengganggu produktivitas dan menerapkan strategi untuk mengatasi prokrastinasi.									
5. Mampu mengevaluasi dampak dari manajemen waktu yang baik terhadap pencapaian tujuan pribadi dan akademis, serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan berkelanjutan.									
6. mengelola waktu secara efektif dalam konteks kerja tim, termasuk penjadwalan pertemuan dan pengaturan tanggung jawab demi mencapai tujuan bersama.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pelayanan Prima, 3 sks, semester 7

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari pemahaman dan keterampilan praktik dalam memberikan layanan yang unggul untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Mahasiswa mempelajari pengertian, pentingnya, serta prinsip-prinsip pelayanan prima, lalu menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan dan dampaknya terhadap persepsi pelanggan serta keputusan pembelian. Melalui simulasi layanan, studi kasus, dan latihan peran, mahasiswa mengembangkan keterampilan komunikasi dan interaksi yang efektif, termasuk mendengarkan aktif, menangani keluhan, dan menjaga sikap profesional di berbagai situasi layanan. Mata kuliah ini juga menekankan penyusunan strategi peningkatan pengalaman pelanggan melalui manajemen layanan yang responsif dan konsisten. Di akhir perkuliahan, mahasiswa mampu menggunakan metode dan alat pengukuran kepuasan pelanggan, membaca hasilnya secara tepat, dan merumuskan perbaikan layanan yang berkelanjutan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mampu memahami elemen seperti responsivitas, empati, dan kehandalan dalam layanan pelanggan.									
2. Mampu menerapkan sikap empati dan responsif dalam berinteraksi dengan pelanggan, sehingga mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan.									
3. Mampu menerapkan teknik pelayanan yang efektif untuk memberi solusi kepada pelanggan dan menangani keluhan dengan baik. Bah berdasarkan standar teknis yang berlaku									
4. Mampu menganalisis studi kasus mengenai pelayanan prima, mengevaluasi pendekatan yang digunakan, dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan									
5. Mampu merancang pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan, termasuk dalam menciptakan momen-momen penting dalam interaksi layanan.									
6. Mampu mengelola umpan balik pelanggan secara konstruktif untuk mengidentifikasi area perbaikan dan inovasi dalam layanan yang diberikan.									

7. Mampu menyampaikan informasi layanan dengan jelas dan efektif, baik secara lisan maupun tulisan, untuk meningkatkan pemahaman pelanggan.									
8. memahami dan menerapkan prinsip etika dalam pelayanan untuk memastikan tidak hanya kepuasan pelanggan tetapi juga integritas dalam praktik bisnis.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Etika Bisnis, 3 sks, semester 7

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari pemahaman dan kemampuan menerapkan prinsip etika dalam pengambilan keputusan di organisasi. Mahasiswa mempelajari definisi, prinsip, dan pentingnya etika bisnis, lalu menganalisis dilema etika yang sering muncul dalam praktik seperti konflik kepentingan, kejujuran informasi, perlakuan adil terhadap karyawan, hubungan dengan pemasok, serta tanggung jawab terhadap konsumen. Melalui diskusi terarah, studi kasus, dan latihan pengambilan keputusan, mahasiswa berlatih menggunakan kerangka kerja etika untuk menilai pilihan tindakan dan dampaknya bagi berbagai pemangku kepentingan. Mata kuliah ini juga menekankan pemahaman tanggung jawab sosial perusahaan dan cara menerapkan praktik tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang efektif agar kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan menjadi nyata dan terukur. Di akhir perkuliahan, mahasiswa mampu mengevaluasi kasus-kasus etika bisnis di dunia nyata untuk mengidentifikasi keberhasilan maupun kegagalan penerapan prinsip etika, serta merumuskan pelajaran yang dapat diterapkan dalam konteks kerja profesional.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu Memahami elemen-inisial dalam etika bisnis, termasuk transparansi, tanggung jawab, keadilan, dan integritas.									
2. Mahasiswa mampu menganalisis konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi penerapan etika dalam bisnis.									
3. Mahasiswa mampu menerapkan prinsip etika dalam situasi bisnis nyata dengan membuat keputusan yang mempertimbangkan banyak faktor, termasuk etika, kepatuhan, dan keberlanjutan.									
4. Mahasiswa mampu mengkomunikasikan nilai-nilai etis kepada rekan-rekan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain dengan cara yang jelas dan persuasif.									
5. Mahasiswa mampu mengidentifikasi isu-isu etika yang mungkin timbul dalam keputusan bisnis dan merumuskan rencana tindakan untuk menanganinya.									
6. Mahasiswa mampu berpartisipasi dalam diskusi dan debat tentang isu-isu etika dalam bisnis dengan argumen yang kuat dan berdasar pada prinsip etika yang telah dipelajari.									

7. Mahasiswa mampu merumuskan strategi untuk membangun budaya etika yang positif dalam organisasi, termasuk pelatihan dan pengembangan bagi anggota tim.									
8. Mahasiswa mampu melakukan refleksi terhadap sikap dan perilaku pribadi dalam konteks etika bisnis, serta menyusun rencana untuk meningkatkan integritas dan nilai etika dalam praktik profesional									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Aspek Hukum dan K3, 3 sks, semester 7

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep dasar hukum bisnis dan keselamatan dan kesehatan kerja (K3) agar mampu bekerja dan mengambil keputusan secara patuh, aman, dan bertanggung jawab. Mahasiswa mempelajari aturan-aturan utama yang mengatur kegiatan bisnis, termasuk perlindungan konsumen, hukum kontrak, dan hukum perusahaan, serta memahami konsep dan prinsip K3 beserta regulasi yang berlaku untuk menjaga keselamatan dan kesehatan di tempat kerja. Melalui studi kasus dan latihan analisis, mahasiswa menelaah tanggung jawab hukum perusahaan terkait keselamatan kerja dan perlindungan konsumen, sekaligus mengidentifikasi risiko di lingkungan kerja dan merumuskan langkah penanganan K3 untuk mencegah kecelakaan serta penyakit akibat kerja. Di akhir perkuliahan, mahasiswa mampu menerapkan prinsip hukum dalam keputusan bisnis sehari-hari, menyusun tindakan pencegahan risiko hukum, dan mendorong kepatuhan organisasi terhadap aturan yang relevan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu Menjelaskan peraturan hukum yang relevan dengan praktik pemasaran, termasuk undang-undang perlindungan konsumen dan regulasi iklan									
2. mengaplikasikan pengetahuan hukum bisnis dalam situasi nyata, termasuk cara merancang dan menegosiasikan kontrak bisnis yang efektif.									
3. Mahasiswa mampu mengembangkan kebijakan dan prosedur K3 yang sesuai dengan regulasi yang berlaku, serta menerapkannya di tempat kerja.									
4. Mahasiswa mampu melakukan evaluasi terhadap kepatuhan perusahaan terhadap hukum yang relevan, memberikan rekomendasi untuk perbaikan									
5. Mahasiswa mampu menyusun laporan terkait dengan inspeksi dan audit K3, mencakup temuan dan rekomendasi untuk meningkatkan keselamatan kerja.									
6. Mahasiswa mampu menganalisis kasus hukum yang berkaitan dengan bisnis dan memberikan rekomendasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum yang telah dipelajari.									
7. Mahasiswa mampu merancang dan melaksanakan program pelatihan keselamatan bagi karyawan untuk meningkatkan kesadaran akan K3.									

8. Mahasiswa mampu merumuskan strategi bisnis yang mempertimbangkan aspek hukum dan K3 untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan pemangku kepentingan.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Manajemen Hubungan Pelanggan, 4 sks, semester 7

Pada mata kuliah ini, akan dipelajari konsep pemahaman dan keterampilan praktik dalam mengelola hubungan pelanggan secara terencana melalui pendekatan manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management/CRM*). Mahasiswa mempelajari definisi, tujuan, dan pentingnya CRM sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas, lalu mengidentifikasi dan menganalisis tahapan utama dalam proses CRM mulai dari akuisisi pelanggan, pengembangan hubungan, retensi, hingga pemulihan hubungan saat terjadi keluhan atau penurunan kepuasan. Melalui studi kasus dan proyek terapan, mahasiswa berlatih merumuskan strategi membangun hubungan yang kuat melalui interaksi langsung, layanan yang konsisten, dan pemanfaatan teknologi. Mata kuliah ini juga menekankan penggunaan metode dan alat untuk mengukur kepuasan serta loyalitas pelanggan, sehingga keputusan perbaikan layanan dan program loyalitas lebih berbasis data. Di akhir perkuliahan, mahasiswa mampu mengaplikasikan teknologi CRM dalam konteks bisnis untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kualitas pengelolaan hubungan pelanggan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menganalisis berbagai segmen pelanggan dan memahami perilaku mereka untuk merancang pendekatan yang lebih personal dalam manajemen hubungan.									
2. Mahasiswa mampu menyusun rencana komunikasi yang efektif dan terarah untuk menjaga hubungan dengan pelanggan serta menginformasikan mereka tentang produk dan layanan baru									
3. Mahasiswa mampu menangani pengaduan pelanggan dengan cara yang konstruktif dan efektif, serta merumuskan solusi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.									
4. Mahasiswa mampu menggunakan data dan analisis untuk mendapatkan wawasan tentang kebutuhan pelanggan dan merumuskan strategi CRM yang berbasis data.									
5. Mahasiswa mampu merancang program loyalitas yang dapat meningkatkan retensi pelanggan dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan setia.									
6. Mahasiswa mampu melakukan analisis mendalam terhadap pengalaman pelanggan yang telah dikelola,									

termasuk pelajaran dan rekomendasi untuk meningkatkan hubungan di masa mendatang.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Big Data dan Analitik Konsumen, 3 sks, semester 7

Pada mata kuliah Big Data dan Analitik Konsumen, dipelajari definisi, konsep, dan peran big data (*big data*) serta analitik konsumen (*consumer analytics*) dalam mendukung pengambilan keputusan pemasaran berbasis data. Mahasiswa dilatih mengidentifikasi berbagai sumber data konsumen yang relevan untuk pengembangan strategi pemasaran, kemudian menggunakan alat dan teknologi analitik untuk mengumpulkan, memproses, dan menganalisis data secara efektif. Pembelajaran menekankan kemampuan menerjemahkan hasil analisis menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti untuk keputusan strategis pemasaran, serta pemahaman prinsip etika dan hukum pengelolaan data, termasuk privasi dan keamanan data, dengan luaran berupa kertas kerja analisis data konsumen dan rekomendasi strategi pemasaran yang terukur.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menjelaskan secara komprehensif konsep big data, termasuk karakteristik 5V (Volume, Variety, Velocity, Veracity, dan Value)									
2. Mahasiswa mampu melakukan riset data dan menentukan variabel-variabel penting yang akan dianalisis untuk mendapatkan wawasan konsumen yang relevan									
3. Mampu menggunakan software analitik seperti SQL, Python, atau R untuk mengakses, membersihkan, dan menganalisis data konsumen.									
4. Mahasiswa mampu menginterpretasikan pola dan tren dalam data konsumen untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan bagi perusahaan.									
5. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi pemasaran yang didorong oleh data, termasuk perancangan kampanye yang dipersonalisasi berdasarkan analisis konsumen.									
6. Mahasiswa mampu menyusun laporan dan presentasi yang menjelaskan hasil analisis data kepada para pemangku kepentingan secara jelas dan efektif									
7. Mahasiswa mampu mengelola proyek analitik konsumen dari tahap perencanaan hingga									

implementasi, termasuk penentuan tujuan dan alokasi sumber daya.									
8. Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip privasi dan keamanan dalam pengelolaan data konsumen untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Pemasaran Berkelanjutan, 4 sks, semester 7

Pada mata kuliah Pemasaran Berkelanjutan, dipelajari definisi, prinsip, dan tujuan pemasaran berkelanjutan (*sustainable marketing*) serta pentingnya bagi bisnis dan lingkungan. Mahasiswa dilatih mengidentifikasi tantangan dan peluang penerapan praktik pemasaran berkelanjutan di perusahaan, lalu merumuskan strategi yang efektif untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan masyarakat. Pembelajaran menekankan kemampuan menganalisis dampak strategi pemasaran terhadap lingkungan serta menyusun rekomendasi praktik yang lebih ramah lingkungan. Mahasiswa juga dibimbing merancang dan menerapkan inovasi pada produk maupun proses pemasaran yang mendukung keberlanjutan, dengan luaran berupa kertas kerja strategi pemasaran berkelanjutan yang terukur dan dapat diterapkan.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor Dokumen	Jenis dokumen
1. Mahasiswa mampu mengenal elemen-elemen seperti triple bottom line (ekonomi, sosial, lingkungan) dalam strategi pemasaran									
2. Mahasiswa mampu melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen terkait produk dan praktik yang berkelanjutan.									
3. Mahasiswa mampu merancang dan menyampaikan pesan pemasaran yang efektif dan jelas mengenai manfaat produk berkelanjutan kepada konsumen.									
4. Mahasiswa mampu menyusun laporan yang merangkum praktik keberlanjutan perusahaan dan dampaknya, serta menunjukkan transparansi kepada pemangku kepentingan.									
5. Mahasiswa mampu mengintegrasikan prinsip etika dalam strategi pemasaran dan memastikan bahwa praktik yang diterapkan tidak merugikan konsumen atau lingkungan.									
6. Mahasiswa mampu menganalisis kasus-kasus nyata tentang pemasaran berkelanjutan, mengevaluasi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.									
7. Mahasiswa mampu menggunakan pendekatan berpikir kritis untuk mengidentifikasi solusi bagi permasalahan									

yang berkaitan dengan pemasaran berkelanjutan di perusahaan.									
8. Mahasiswa mampu merancang program pemasaran yang mengintegrasikan keberlanjutan sebagai salah satu pilar utama dalam strategi promosi dan penjualan									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Tugas Akhir, 6 sks, semester 8

Pada mata kuliah Tugas Akhir Pemasaran, mahasiswa mengintegrasikan berbagai konsep dan teori pemasaran yang telah dipelajari untuk merancang dan melaksanakan proyek akhir berbasis masalah pemasaran yang nyata dan kompleks. Pembelajaran menekankan kemampuan menganalisis situasi, mengolah data dan informasi yang kredibel, serta merumuskan solusi inovatif yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan. Mahasiswa juga dibimbing menjalankan tahapan proyek secara sistematis, mulai dari perumusan masalah, pengumpulan dan analisis data, hingga penarikan kesimpulan dan penyusunan rekomendasi. Luaran mata kuliah ini adalah laporan proyek akhir dan presentasi yang profesional sesuai kaidah akademik, dengan penekanan pada etika bisnis dan profesionalisme dalam seluruh proses dan pelaporannya.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu menggabungkan pengetahuan dari berbagai disiplin ilmu manajemen pemasaran dalam tugas akhir yang kompleks									
2. Mahasiswa mampu mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data pemasaran untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat.									
3. Mahasiswa mampu merumuskan solusi inovatif berdasarkan temuan penelitian atau pengembangan proyek akhir.									
4. Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan melakukan riset secara mandiri, termasuk perumusan hipotesis, pemilihan metode, dan analisis hasil.									
5. Mahasiswa mampu menyusun laporan akhir dan mempresentasikan proyek dengan jelas, logis, dan persuasif di forum akademik dan profesional.									
6. Mahasiswa mampu menerapkan prinsip etika bisnis dan menunjukkan profesionalisme dalam penyusunan dan penyampaian tugas akhir.									
Komentar Penilai:									

Mata Kuliah Uji Kompetensi, 1 sks, semester 8

Pada mata kuliah ini, akan dilakukan uji kompetensi bagi calon lulusan dilaksanakan sebagai upaya untuk memvalidasi secara objektif penguasaan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang telah diperoleh selama proses pembelajaran. Uji kompetensi bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kesiapan kerja lulusan dengan memastikan kesesuaian kompetensi yang dimiliki dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri.

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Profisiensi pengetahuan dan keterampilan saat ini*			Hasil evaluasi Penilai (diisi oleh Penilai)				Bukti yang disampaikan*	
	Sangat baik	Baik	Tidak pernah	V	A	T	M	Nomor	Jenis dokumen
								Dokumen	
1. Mahasiswa mampu memahami konsep pengetahuan, sikap dan keterampilan atas unit kompetensi yang diujikan dalam uji kompetensi									
2. Mahasiswa tervalidasi kompeten dalam uji kompetensi yang dilakukan									
Komentar Penilai:									

Saya telah membaca dan mengisi Formulir Evaluasi Diri ini untuk mengikuti penilaian RPL dan dengan ini saya menyatakan:

1. Semua informasi yang saya tuliskan adalah sepenuhnya benar dan saya bertanggung-jawab atas seluruh data dalam formulir ini dan apabila dikemudian hari ternyata informasi yang saya sampaikan tersebut adalah tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Saya memberikan izin kepada pihak pengelola program RPL, untuk melakukan pemeriksaan kebenaran informasi yang saya berikan dalam formulir evaluasi diri ini kepada seluruh pihak yang terkait dengan data akademik sebelumnya dan kepada perusahaan tempat saya bekerja sebelumnya dan atau saat ini saya bekerja; dan
3. Saya bersedia untuk mengikuti penilaian lanjutan untuk membuktikan kompetensi saya, sesuai waktu dan tempat/*platform* daring yang ditentukan oleh unit RPL.

Tempat/Tanggal :

Tanda tangan Pelamar :

(.....)

Lampiran 1. Formulir Aplikasi

FORMULIR APLIKASI RPL (Form 1/F01)

Program Studi : Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran
Jenjang : _____
Nama Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Bandung

Bagian 1 : Rincian Data Calon Mahasiswa

Pada bagian ini, cantumkan data pribadi, data pendidikan formal serta data pekerjaan saudara pada saat ini.

a. Data Pribadi

Nama lengkap : _____
Tempat / tgl. lahir : _____ / _____
Jenis kelamin : Pria / Wanita *)
Status : Menikah/Lajang/Pernah menikah *)
Kebangsaan : _____
Alamat rumah : _____

Kode pos : _____

No. Telepon/E-mail : Rumah : _____
Kantor : HP _____
: _____
e-mail : _____

*) Coret yang tidak perlu

b. Data Pendidikan ¹

Pendidikan terakhir : _____
Nama Perguruan Tinggi/Sekolah : _____
Program Studi : _____
Tahun lulus : _____

¹ Untuk lulusan SMA atau sederajat, kolom program studi dapat dikosongkan

Bagian 2 : Daftar Mata Kuliah

Pada bagian 2 ini, cantumkan Daftar Mata Kuliah pada Program Studi yang saudara ajukan untuk memperoleh pengakuan berdasarkan kompetensi yang sudah saudara peroleh dari **pendidikan formal** sebelumnya (melalui **Transfer kredit/sks**), dan dari pendidikan nonformal, informal atau pengalaman kerja (melalui penilaian untuk **Perolehan kredit/sks**), dengan cara memberi tanda pada pilihan **Ya** atau **Tidak**.

Daftar Mata Kuliah Program Studi: Sarjana Terapan

NO	KODE MK	MATA KULIAH	SKS	Mengajukan RPL		Keterangan (Isikan: Transfer sks/ Perolehan sks)
				Ya	Tidak	
1	25KU1020	Literasi Digital	1			
2	25IG1017	Bahasa Inggris 1	2			
3	25KU1014	Matematika Bisnis	3			
4	25KU0002	Pancasila	2			
5	25MM1101	Manajemen Bisnis	3			
6	25MM1102	Prinsip-Prinsip Pemasaran	3			
7	25MM1103	Proyek Lokasi Bisnis	4			
8	25KU1001	Pendidikan Agama	2			
9	25KU1007	Bahasa Indonesia	2			
10	25IG1018	Bahasa Inggris 2	2			
11	25KU1015	Statistika Bisnis	3			
12	25KU0003	Kewarganegaraan	2			
13	25MM1104	Perilaku Konsumen	3			
14	25MM1105	Proyek Penjualan	3			
15	25MM1106	Personal Selling	3			
16	25MM2107	Akuntansi Bisnis	3			
17	25MM2108	Manajemen Penjualan	3			
18	25MM2109	Manajemen Merek	4			
19	25MM2110	Komunikasi Pemasaran Terpadu	3			
20	25MM2111	Saluran Pemasaran Elektronik	4			
21	25MM2112	Proyek Event Pemasaran	4			
22	25MM2113	Pemasaran Jasa	3			
23	25MM2114	Strategi Pemasaran	3			
24	25MM2116	Pemasaran Media Sosial	4			
25	25MM2117	Proyek Rencana Pemasaran	4			
26	25MM0001	Kewirausahaan	2			
27	25MM3118	Manajemen Ritel dan Rantai Pasok	4			
28	25MM3119	Bahasa Inggris 3 (TOEIC PREPARATION)	3			
29	25MM3120	Pengembangan Produk	4			
30	25MM3121	Proyek Pemasaran Digital	4			
31	25MM3122	Manajemen Pemasaran Global	3			
32	25MM3123	Praktik Kepemimpinan dan Komitmen	4			
33	25MM3124	Praktik Berbicara di Depan Umum dan Komunikasi Efektif	4			

34	25MM3125	Praktik Kerja Tim dan Manajemen Konflik	4			
35	25MM3126	Praktik Adaptasi dan Inisiatif	4			
36	25MM3127	Praktik Manajemen Waktu dan Disiplin	4			
37	25MM4128	Pelayanan Prima	3			
38	25MM4129	Etika Bisnis	3			
39	25MM4130	Aspek Hukum dan K3	3			
40	25MM4131	Manajemen Hubungan Pelanggan	4			
41	25MM4132	Big Data dan Analitik Konsumen	3			
42	25MM4133	Pemasaran berkelanjutan	4			
43	25MM4135	Uji Kompetensi (P/F)	1			

Bersama ini saya mengajukan permohonan untuk dapat mengikuti Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) dan dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. semua informasi yang saya tuliskan adalah sepenuhnya benar dan saya bertanggung-jawab atas seluruh data dalam formulir ini, dan apabila dikemudian hari ternyata informasi yang saya sampaikan tersebut adalah tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. saya memberikan ijin kepada pihak pengelola program RPL, untuk melakukan pemeriksaan kebenaran informasi yang saya berikan dalam formulir aplikasi ini kepada seluruh pihak yang terkait dengan jenjang akademik sebelumnya dan kepada perusahaan tempat saya bekerja sebelumnya dan atau saat ini saya bekerja; dan
3. saya akan mengikuti proses penilaian sesuai dengan jadwal/waktu yang ditetapkan oleh Perguruan Tinggi.

Tempat/Tanggal :

Tanda tangan Pelamar

(.....)

Lampiran yang disertakan:

1. Formulir Evaluasi Diri sesuai dengan Daftar Mata Kuliah yang diajukan untuk RPL disertai dengan bukti pendukung pemenuhan Capaian Pembelajarannya.
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Ijazah dan Transkrip Nilai
4. Rencana Pembelajaran Semester setiap mata kuliah yang sudah diambil
5. lainnya/sebutkan.....

Lampiran 2. Formulir Daftar Riwayat Hidup

Formulir Daftar Riwayat Hidup (*CURRICULUM VITAE*)

IDENTITAS DIRI

Nama :

Tempat dan Tanggal Lahir : Jenis

Kelamin : Status

Perkawinan : Agama

: Pekerjaan :

Alamat :

Telp./Faks. :

Alamat Rumah :

Telp./HP :

RIWAYAT PENDIDIKAN

NO	Nama Sekolah	Tahun Lulus	Jurusan/ Program Studi

PELATIHAN PROFESIONAL

Tahun	Jenis Pelatihan (Dalam/ Luar Negeri)	Penyelenggara	Jangka waktu

KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara	Panitia/ peserta/pembicara

PENGHARGAAN/PIAGAM

Tahun	Bentuk Penghargaan	Pemberi

ORGANISASI PROFESI/ILMIAH

Tahun	Jenis/ Nama Organisasi	Jabatan/jenjang keanggotaan

DAFTAR RIWAYAT PEKERJAAN/PENGALAMAN KERJA

Pada bagian ini, diisi dengan pengalaman kerja yang anda miliki yang relevan dengan mata kuliah yang akan dinilai. Tulislah data pengalaman kerja saudara dimulai dari urutan paling akhir (terkini).

No	Nama dan Alamat Institusi/Perusahaan	Periode Bekerja (Tgl/bln/th)	Posisi/jabatan ²	Uraian Tugas utama pada posisi pekerjaan tersebut	Bukti yang disampaikan

²Apabila berpindah posisi/jabatan dalam pengalaman pekerjaan tersebut maka posisi/jabatan tersebut harus dituliskan dalam tabel meskipun perubahan posisi/jabatan tersebut masih dalam perusahaan yang sama

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam Daftar Riwayat Hidup ini adalah sepenuhnya benar dan saya bertanggung-jawab atas seluruh data dalam formulir ini, dan apabila dikemudian hari ternyata informasi yang saya sampaikan tersebut adalah tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

-----, -----20...

Yang Menyatakan,

(.....)