





Mata Kuliah	E-Commerce dan Pemasaran Digital	Tanggal	31 Mei 2023
Kode MK	MAN206	Rumpun MK	MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 1	Semester	4
Dosen Pengembang RPS,  Windarko, S.T., M.M.	Koordinator Keilmuan,  Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	Kepala Program Studi,  Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S.,M.Si., CPMA.	Dekan,  Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

NOMOR TUGAS
1-6
BENTUK TUGAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). 2. Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll). 3. Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). 4. Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek). 5. Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). 6. Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek).
JUDUL TUGAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen. 2. Penggunaan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen 3. Teknologi dalam pengambilan keputusan dan monitoring kinerja. 4. Pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis. 5. Teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan. 6. Teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan memahami manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen. 2. Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen 3. Kemampuan mengintegrasikan teknologi dalam pengambilan keputusan dan monitoring kinerja.

4. Kemampuan menerapkan pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis.
5. Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.
6. Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.

DESKRIPSI TUGAS

Mata Kuliah ini merupakan mata kuliah yang mempelajari konsep, strategi, dan teknik pemasaran dalam konteks dunia digital. Mata kuliah ini berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung kegiatan bisnis dan pemasaran. Anda akan mempelajari berbagai aspek penting dalam E-Commerce dan pemasaran digital, mulai dari pengenalan konsep dasar hingga strategi pemasaran yang efektif. Anda akan memahami perbedaan antara pemasaran tradisional dan pemasaran digital, serta keuntungan dan manfaat yang dapat diperoleh melalui penerapan E-Commerce dan pemasaran digital. Selain itu, mata kuliah ini juga akan membahas lingkungan E-Commerce dan Pemasaran Digital, termasuk teknologi dan tren terkini yang mempengaruhi dunia bisnis online. Anda akan mempelajari peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan E-Commerce serta melakukan analisis pasar dan pesaing dalam konteks pemasaran digital. Teknik pemasaran digital akan menjadi bagian penting dalam mata kuliah ini. Anda akan mempelajari berbagai teknik seperti Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM) dan Pay-Per-Click (PPC) advertising, pemasaran melalui media sosial, email marketing, dan analisis konversi untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital.

METODE Pengerjaan Tugas

1. Membuat sebuah pemasaran dengan media e-commerce sesuai dengan bahan kajian yang dibahas
2. Menyusun Laporan Hasil Analisa yang telah dicapai dalam program pemasarannya

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

1. Obyek Garapan: Penyusunan Ringkasan Materi
2. Bentuk luaran: Makalah dan PPT Hasil Ringkasan dari Materi

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

SCPMK	Latihan 1	Latihan 2	Latihan 3	Latihan 4	Latihan 5	Latihan 6	Total Bobot Penilaian
	Tes	Unjuk Kerja	Tes	Observasi	Tes	Observasi	
23-MAN-SCPMK-0421	16,6%						16,6%
23-MAN-SCPMK-0422		16,6%					16,6%
23-MAN-SCPMK-0423			16,6%				16,6%
23-MAN-SCPMK-0712				16,6%			16,6%
23-MAN-SCPMK-1021					16,6%		16,6%
23-MAN-SCPMK-1023						16,6%	16,6%
Total per penilaian	16,6%	16,6%	16,6%	16,6%	16,6%	16,6%	100%

JADWAL PELAKSANAAN

Sesuai jadwal presentasi mingguan.

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

1. Simon, K. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. London : Kogan Page
2. Niagahoster (2022). Yuk, Mulai Pakai Digital Marketing!. Elex Media Komputindo

3. S, Ridwan, C.Jason, G,Devina. B,Simeon. (2019). Mudah Membuat Aplikasi Pemasaran Digital 360 Derajat . PT Elex Media Komputindo

RUBRIK PENILAIAN

Jenjang/Grade	Angka/Skor	Angka Mutu	Deskripsi/Indikator Kerja
A (Sangat Baik)	A : 90.0 – 100	4	Mahasiswa mampu mengerjakan seluruh perintah yang diberikan dengan sangat tepat. Uraian yang dibuat mencerminkan mahasiswa memahami prosedur penelitian dan semua tahapan diselesaikan dengan sangat bagus.
	A- : 80.00 – 89.99	3.7	
B (Baik)	B+ : 75.00 – 79.99	3.3	Mahasiswa mampu mengerjakan seluruh perintah yang diberikan dengan tepat, tetapi uraian yang dibuat kurang mencerminkan pemahaman yang baik mahasiswa akan prosedur penelitian. Tahapan dalam proses pembuatan tugas diselesaikan dengan tidak tepat waktu.
	B : 70.00 – 74.99	3.0	
	B - : 65.00 – 69.99	2.7	
C (Cukup)	C+ : 60.00 - 64.99	2.3	Mahasiswa mampu mengerjakan sebagian besar perintah yang diberikan dengan tidak tepat. Uraian yang dibuat kurang mencerminkan pemahaman yang tidak baik mahasiswa akan prosedur penelitian. Tahapan dalam proses pembuatan tugas diselesaikan dengan tidak tepat waktu.
	C : 55.00 – 59.99	2.0	
D (Kurang)	C- : 50.00 – 54.99	1.7	Mahasiswa mampu mengerjakan semua perintah yang diberikan dengan tidak tepat. Uraian yang dibuat kurang mencerminkan pemahaman yang tidak baik mahasiswa akan prosedur penelitian. Tahapan dalam proses pembuatan tugas diselesaikan dengan tidak tepat waktu.
	D : 40.00 – 49.99	1	
E (Sangat Kurang / Tidak Lulus)	<40.00	0	Mahasiswa sama sekali tidak mengerjakan semua perintah sama sekali. Tidak ada niat untuk mengerjakan tahap demi tahap dengan capaian poin-poin gagasan dan uraian yang masuk akal.