**Satuan Acara Pembelajaran (SAP)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : | DKV Promosi & Kampanye |
| Kode Mata Kuliah | : | DKV 302 |
| SKS | : | 5 (1 teori+4 praktika) SKS |
| Waktu Pertemuan | : | 550 menit |
| Pertemuan ke | : | 1 |
|  |  |  |
| A. Kompetensi dasar dan Indikator |  |  |
| 1. Kompetensi dasar | : | Pengantar umum tentan promosi dan kampanye |
| 2. Indikator | : | Mampu memahami perbedaan promosi & Kampanye |
| B. Pokok Bahasan | : | Analisa dan strategi promosi dan kampanye |
| C. Sub Pokok Bahasan | : | Menganalisa Permasalahan strategi promosi & kampanye |
| D. Kegiatan Pembelajaran | : | Tatap muka dan Praktika |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tahap** | **Kegiatan Dosen** | **Kegiatan Mahasiswa** | **Media dan Alat Pembelajaran** |
| **Pendahuluan** | Introduksi materi kuliah secara umum dan khusus tentang promosi dan kampanye. | Menyimak dan mencatat | LCD Projector, Komputer Presentasi, White-Board & spidol |
| **Penyajian** | Memberi materi kuliah, berupa pengenalan dasar strategi promosi untuk produk/brand dan kampanye sosial. | 1. Menganalisa strategi visual produk/merek 2. Menganalisa strategi visual kampanye sosial. | * Kertas gambar A4 * Laptop * Internet * Powerpoint |
| **Penutup** | Evaluasi hasil bahasan | Menyimak dan mencatat | LCD projector. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| E. Evaluasi | : | Penilaian tugas berdasarkan pada: Hasil analisa dan presentasi. |
|  |  |  |
| D. Referensi | : | * Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo. |