







RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM) PROGRAM STUDI MANAJEMEN MAN308 SEMINAR TOPIK MUTAKHIR PEMASARAN

Mata Kuliah	Seminar Topik Mutakhir Pemasaran	Tanggal	31 Mei 2023
Kode MK	MAN508	Rumpun MK	MKP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3	Semester	6
	P (Praktik/Praktikum) : 0		
Dosen Pengembang RPS,  Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA.	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 Citraningtyas, M.A., Ph.D.

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

NOMOR TUGAS

1-7

BENTUK TUGAS

1. Tes (Tertulis)
2. Unjuk Kerja (Karya Tulis)
3. Tes (Online)
4. Unjuk Kerja (Karya Tulis)
5. Unjuk Kerja (Karya Tulis)
6. Unjuk Kerja (Diskusi)
7. Unjuk Kerja (Lisan)

JUDUL TUGAS

1. Konsep dan metode analisis yang mendalam dalam Manajemen Pemasaran.
2. Analisis yang mendalam dalam menghadapi situasi manajemen yang kompleks.
3. Penelitian ilmiah dalam bidang Manajemen Pemasaran.
4. Penelitian dalam konteks Pemasaran.
5. Penelitian ilmiah dalam bidang Pemasaran.
6. Mengidentifikasi tema terkini dalam isu-isu Manajemen Pemasaran yang sedang berkembang.
7. Menyusun kerangka teoritis dan metodologi penelitian yang tepat dalam bidang Manajemen Pemasaran.

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

1. Kemampuan memahami konsep dan metode analisis yang mendalam dalam Manajemen Pemasaran.
2. Kemampuan menerapkan analisis yang mendalam dalam menghadapi situasi manajemen yang kompleks.
3. Kemampuan memahami konsep dan metodologi penelitian ilmiah dalam bidang Manajemen Pemasaran.
4. Kemampuan merencanakan dan melaksanakan penelitian dalam konteks Pemasaran.
5. Kemampuan merencanakan penelitian ilmiah dalam bidang Pemasaran.
6. Kemampuan mengidentifikasi tema terkini dalam isu-isu Manajemen Pemasaran yang sedang berkembang.
7. Kemampuan menyusun kerangka teoritis dan metodologi penelitian yang tepat dalam bidang Manajemen Pemasaran.

DESKRIPSI TUGAS

Matakuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai topik-topik penelitian terkini dalam bidang pemasaran. Topik-topik penelitian terkini yang dibahas dalam diskusi di kelas meliputi topik tentang strategi pemasaran yang berbasis pelanggan, strategi pemasaran jasa, hubungan pelanggan, branding dan inovasi, persaingan global, perilaku organisasi pemasaran, digital marketing, green marketing, marketing ethics, corporate social responsibility, urban marketing, dan sebagainya. Setelah mengikuti perkuliahan, mahasiswa diharapkan mampu menemukan topik penelitian di bidang pemasaran yang memiliki nilai penelitian dan menarik untuk dilanjutkan menjadi proyek penelitian baik untuk tugas

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM) PROGRAM STUDI MANAJEMEN MAN308 SEMINAR TOPIK MUTAKHIR PEMASARAN

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

akhir maupun penulisan artikel ilmiah. Kajian tentang berbagai topik penelitian tersebut diharapkan dapat menghantar mahasiswa untuk mampu menyusun kajian literatur sesuai dengan topik penelitian yang diminati.

METODE Pengerjaan Tugas

Kepada masing-masing mahasiswa diberi sejumlah artikel sesuai dengan tema penelitian yang diminati. Artikel-artikel tersebut dianalisis dari sudut pandang teoritiknya. Mahasiswa fokus pada bagian kajian literatur penelitian. Tugas ini dilakukan dengan beberapa langkah: membaca per bagian dalam artikel, membaca lebih detail pada bagian kajian literatur, mengidentifikasi semua poin dalam kajian literatur yang meliputi teori dasar dan teori per variabel. Mahasiswa harus mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan antar variabel. Mahasiswa diminta untuk menyusun model konseptual dan uraian teoritik terhadap model konseptual yang dibangun.

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

Tugas dikemas dalam uraian. Terkait dengan definisi variabel dan pengukuran variabel, mahasiswa harus menyusunnya dalam bentuk tabel. Tulisan diketik dalam kertas A4, spasi 1, bentuk huruf Times New Roman, dan ukuran huruf 12.

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Mahasiswa mampu memahami teori dasar yang digunakan peneliti.
Mahasiswa mampu mengidentifikasi variabel dan definisi teoritik variabel, dan pengukuran variabel.
Mahasiswa mampu mengidentifikasi model penelitian.
Mahasiswa mampu menjelaskan model konseptual penelitian.

JADWAL PELAKSANAAN

SCPMK	Latihan 1	Tugas 1	Latihan 2	Latihan 2	Proyek 1	Total Bobot Penilaian
	Tes (Tes Tertulis)	Unjuk Kerja (Karya Tulis)	Tes (Tes Online)	Unjuk Kerja (Diskusi)	Tes (Tes Lisan)	
23-MAN-SCPMK-0511	10%					10%
23-MAN-SCPMK-0512		15%				15%
23-MAN-SCPMK-0811			10%			10%
23-MAN-SCPMK-0812				15%		15%
23-MAN-SCPMK-0821		15%				15%
23-MAN-SCPMK-1211		20%				20%
23-MAN-SCPMK-1213					15%	15%
Total per penilaian	10%	50%	10%	15%	15%	100%

LAIN-LAIN

Pada dasarnya tugas dilakukan secara mandiri. Pengerjaan dilakukan secara mandiri. Diskusi dengan sesama mahasiswa dianjurkan hanya sampai pada pemahaman, sedangkan penulisannya dilakukan mahasiswa masing-masing.

DAFTAR RUJUKAN

1. Rebecca Hamilton & Linda L. Price, 2019, Consumer journeys: developing consumer-based strategy, *Journal of the Academy of Marketing Science*.
2. Sara Hanson, Lan Jiang, & Darren Dahl, 2019, Enhancing consumer engagement in an online brand community via user reputation signals: a multi-method analysis, *Journal of the Academy of Marketing Science*.
3. Thomas P. Novak & Donna L. Hoffman, 2019, Relationship journeys in the Internet of things: a new framework for understanding interactions between consumers and smart objects, *Journal of the Academy of Marketing Science*.
4. Anna J. Vredevelde & Robin A. Coulter, 2019, Cultural experiential goal pursuit, cultural brand engagement, and culturally authentic experiences: sojourners in America, *Journal of the Academy of Marketing Science*.
5. Christina Schamp, Mark Heitmann, & Robin Katzenstein, 2019, Consideration of ethical attributes along the consumer decision-making journey, *Journal of the Academy of Marketing Science*.
6. Christian Hildebrand & Tobias Schlager, 2019, Focusing on others before you shop: exposure to Facebook promotes conventional product configurations, *Academy of Marketing Science*

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA (RTM) PROGRAM STUDI MANAJEMEN MAN308 SEMINAR TOPIK MUTAKHIR PEMASARAN

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.