

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan Program Studi S1 Ilmu Keolahragaan					Kode Dokumen																																													
	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																		
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																												
Pemasaran Olahraga	8920102244	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=2	P=1	ECTS=4.77	6	23 Desember 2024																																												
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																													
	Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D.		Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D.			HERI WAHYUDI																																													
Model Pembelajaran	Case Study																																																		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																		
	CPL-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.																																																	
	CPL-8	Mampu mengembangkan dan mengoptimisasi potensi kearifan lokal di bidang ilmu keolahragaan untuk menciptakan dunia usaha dan industri keolahragaan secara mandiri dan atau bersama-sama. (PLO-8)																																																	
	CPL-10	Mampu berfikir kritis, logis, inovatif dan sistematis guna mengembangkan dan mengoptimisasi potensi dunia usaha dan industri di bidang ilmu keolahragaan. (PLO-10)																																																	
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																		
	CPMK - 1	Mampu menerapkan konsep pemasaran dalam pengembangan dan pengoptimalisasian potensi kearifan lokal di bidang keolahragaan. (C3)																																																	
	CPMK - 2	Menganalisis strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penerimaan pasar terhadap produk keolahragaan lokal. (C4)																																																	
	CPMK - 3	Mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran dalam industri keolahragaan dan mengusulkan perbaikan berdasarkan analisis kritis. (C5)																																																	
	CPMK - 4	Menciptakan strategi pemasaran inovatif yang memanfaatkan teknologi terkini untuk mempromosikan produk keolahragaan. (C6)																																																	
	CPMK - 5	Menerapkan teknik negosiasi dan komunikasi efektif dalam kerjasama pemasaran produk keolahragaan. (C3)																																																	
	CPMK - 6	Menganalisis tren pasar dan preferensi konsumen dalam industri keolahragaan untuk mengadaptasi strategi pemasaran yang relevan. (C4)																																																	
	CPMK - 7	Mengevaluasi dan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dalam industri keolahragaan. (C5)																																																	
	CPMK - 8	Menciptakan kampanye pemasaran yang berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. (C6)																																																	
	CPMK - 9	Menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pemasaran olahraga untuk memastikan integritas dan keadilan dalam promosi produk. (C3)																																																	
	CPMK - 10	Menganalisis dampak ekonomi dari pemasaran olahraga terhadap pengembangan industri keolahragaan lokal. (C4)																																																	
	Matrik CPL - CPMK																																																		
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-4</th> <th>CPL-8</th> <th>CPL-10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>CPMK-1</td><td></td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-2</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-5</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-6</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-7</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-8</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-9</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-10</td><td></td><td>✓</td><td></td></tr> </tbody> </table>						CPMK	CPL-4	CPL-8	CPL-10	CPMK-1		✓		CPMK-2		✓	✓	CPMK-3			✓	CPMK-4			✓	CPMK-5	✓			CPMK-6			✓	CPMK-7			✓	CPMK-8		✓	✓	CPMK-9	✓			CPMK-10		✓	
	CPMK	CPL-4	CPL-8	CPL-10																																															
	CPMK-1		✓																																																
	CPMK-2		✓	✓																																															
CPMK-3			✓																																																
CPMK-4			✓																																																
CPMK-5	✓																																																		
CPMK-6			✓																																																
CPMK-7			✓																																																
CPMK-8		✓	✓																																																
CPMK-9	✓																																																		
CPMK-10		✓																																																	
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																			

		<table><tr><th rowspan="2">CPMK</th><th colspan="16">Minggu Ke</th></tr><tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-6</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-7</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-8</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-9</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-10</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓																CPMK-2		✓	✓														CPMK-3				✓	✓												CPMK-4						✓											CPMK-5							✓	✓	✓	✓							CPMK-6											✓						CPMK-7												✓	✓				CPMK-8														✓			CPMK-9															✓		CPMK-10																
CPMK	Minggu Ke																																																																																																																																																																																																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																																																																																																																													
CPMK-1	✓																																																																																																																																																																																																												
CPMK-2		✓	✓																																																																																																																																																																																																										
CPMK-3				✓	✓																																																																																																																																																																																																								
CPMK-4						✓																																																																																																																																																																																																							
CPMK-5							✓	✓	✓	✓																																																																																																																																																																																																			
CPMK-6											✓																																																																																																																																																																																																		
CPMK-7												✓	✓																																																																																																																																																																																																
CPMK-8														✓																																																																																																																																																																																															
CPMK-9															✓																																																																																																																																																																																														
CPMK-10																																																																																																																																																																																																													
Deskripsi Singkat MK	Pemasaran saat ini mengharuskan perusahaan mengubah mekanisme dari mengelola olahraga menjadi mengelola pelanggan olahraga. Perusahaan akan mengumpulkan database tentang pelanggan perorangan sehingga perusahaan dapat lebih memahami pelanggan dan memberikan penawaran serta pesan secara pribadi. Perusahaan maupun pemasar perlu menjalankan pemasaran holistik, dimana pengembangan, perancangan, dan implementasi program, proses, dan kegiatan pemasaran yang melihat keluasan dan kesalingtergantungan lingkungan pemasaran saat ini melalui dimensi kunci pemasaran olahraga, yaitu: Pemasaran Internal, Pemasaran Terintegrasi, Pemasaran Hubungan, dan Pemasaran Kinerja. Melalui pembelajaran matakuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa akan memperoleh wawasan tentang program-program pemasaran modern yang sesuai dengan abad 21 serta mempraktikkannya sebagai bentuk pemahaman tentang Ilmu Marketing. Todays marketing requires companies to change the mechanism from managing product portfolios to managing customer portfolios. The company will collect a database of individual customers so that the company can better understand customers and provide offers and messages in person. Companies and marketers need to run holistic marketing, where development, design, and implementation of marketing programs, processes and activities that see the breadth and interdependence of the current marketing environment through key dimensions of holistic marketing, namely: Internal Marketing, Integrated Marketing, Relationship Marketing, and Marketing Performance. Through learning Marketing Management courses, students will gain insight into modern marketing programs that are in line with the 21st century and practice it as a form of understanding about Marketing Science.																																																																																																																																																																																																												
Pustaka	Utama : 1. Kotler & Keller. 2016. Marketing Management 15e Global Edition. Harlow: Pearson 2. Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D, 2008, Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas. Salemba Empat, Jakarta Pendukung : 1. Artikel pada jurnal-jurnal yang relevan.																																																																																																																																																																																																												
Dosen Pengampu	Dr. Pudjijuniarto, M.Pd. Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D. Dr. Roy Januardi Irawan, S.Or., M.Kes. Yudi Dwi Saputra, M.Pd.																																																																																																																																																																																																												
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)																																																																																																																																																																																																						
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)																																																																																																																																																																																																								
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																																																																																																																																																																																																						
1	Mahasiswa mampu menguraikan manajemen pemasaran.Students are able to elaborate marketing management.	1.Mahasiswa mampu menguraikan definisi pemasaran untuk realitas baru. 2.Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan perencanaan pemasaran. 3.Students are able to decipher marketing definitions for new realities. 4.Students are able to describe the development of marketing strategies and planning,	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Bentuk pembelajaran: kuliahMetode pembelajaran: diskusi kelompokForm of learning: lectureLearning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan konsep pemasaran dalam olahraga	Materi: Konsep pemasaran dalam olahraga, Kearifan lokal dalam konteks olahraga, Pengembangan potensi kearifan lokal Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%																																																																																																																																																																																																						

2	Mahasiswa mampu menguraikan manajemen pemasaran. Students are able to elaborate marketing management.	1. Mahasiswa mampu menguraikan definisi pemasaran untuk realitas baru. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan perencanaan pemasaran. 3. Students are able to decipher marketing definitions for new realities. 4. Students are able to describe the development of marketing strategies and planning.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan konsep pemasaran dalam kearifan lokal olahraga	Materi: Konsep pemasaran dalam olahraga, Kearifan lokal dalam konteks olahraga, Strategi pemasaran berbasis kearifan lokal Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
3	Mahasiswa mampu menguraikan manajemen pemasaran. Students are able to elaborate marketing management.	1. Mahasiswa mampu menguraikan definisi pemasaran untuk realitas baru. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan perencanaan pemasaran. 3. Students are able to decipher marketing definitions for new realities. 4. Students are able to describe the development of marketing strategies and planning.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan konsep pemasaran dalam kearifan lokal olahraga	Materi: Konsep pemasaran dalam olahraga, Kearifan lokal dalam konteks olahraga, Strategi pemasaran berbasis kearifan lokal Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
4	Mahasiswa mampu menguraikan cara berhubungan dengan pelanggan. Students are able to describe how to connect with customers.	1. Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun hubungan loyalitas jangka panjang. 2. Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar konsumen. 3. Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar bisnis. 4. Students are able to describe how to build long-term loyalty relationships. 5. Students are able to decipher consumer market analysis. 6. Students are able to decipher business market analysis.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang strategi pemasaran yang efektif untuk produk keolahragaan lokal	Materi: Konsep Pemasaran, Strategi Pemasaran, Analisis Pasar, Pemasaran Produk Keolahragaan Lokal Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

5	Mahasiswa mampu menguraikan cara berhubungan dengan pelanggan. Students are able to describe how to connect with customers.	1.Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun hubungan loyalitas jangka panjang. 2.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar konsumen. 3.Mahasiswa mampu menguraikan analisis pasar bisnis. 4.Students are able to describe how to build long-term loyalty relationships. 5.Students are able to decipher consumer market analysis. 6.Students are able to decipher business market analysis.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang strategi pemasaran yang efektif untuk produk keolahragaan lokal	Materi: Konsep Pemasaran, Strategi Pemasaran, Analisis Pasar, Pemasaran Produk Keolahragaan Lokal Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
6	Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun merek yang kuat.Students are able to describe how to build a strong brand.	1.Mahasiswa mampu menguraikan identifikasi segmen pasar dan pasar sasaran. 2.Mahasiswa mampu menguraikan penyusunan posisi merek. 3.Students are able to decipher the identification of market segments and target markets. 4.Students are able to describe the crafting of brand positioning.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture s 3 X 50	Diskusi Online, Analisis Kasus Studi Online	Materi: Konsep Evaluasi Pemasaran, Teknik Analisis Kampanye, Strategi Perbaikan Pemasaran Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
7	Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun merek yang kuat.Students are able to describe how to build a strong brand.	1.Mahasiswa mampu menguraikan identifikasi segmen pasar dan pasar sasaran. 2.Mahasiswa mampu menguraikan penyusunan posisi merek. 3.Students are able to decipher the identification of market segments and target markets. 4.Students are able to describe the crafting of brand positioning.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture s 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan strategi pemasaran inovatif dalam olahraga, Membuat video presentasi tentang pemanfaatan teknologi terkini dalam promosi produk, Strategi pemasaran kreatif	Materi: Inovasi dalam pemasaran olahraga, Teknologi terkini dalam promosi produk, Strategi pemasaran kreatif Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

8	Mahasiswa mampu menguraikan cara membangun merek yang kuat. Students are able to describe how to build a strong brand.	1. Mahasiswa mampu menguraikan identifikasi segmen pasar dan pasar sasaran. 2. Mahasiswa mampu menguraikan penyusunan posisi merek. 3. Students are able to decipher the identification of market segments and target markets. 4. Students are able to describe the crafting of brand positioning.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture s 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan strategi pemasaran inovatif dalam olahraga, Membuat video presentasi tentang pemanfaatan teknologi terkini dalam promosi produk olahraga	Materi: Inovasi dalam pemasaran olahraga, Teknologi terkini dalam promosi produk, Strategi pemasaran kreatif Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	14%
9	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru. 3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga. 4. Students are able to decipher the product strategy. 5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets. 6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan teknik negosiasi dalam kasus pemasaran olahraga, Membuat simulasi negosiasi melalui platform LMS	Materi: Prinsip dasar negosiasi, Strategi komunikasi efektif, Studi kasus kerjasama pemasaran dalam olahraga Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

10	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru. 3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga. 4. Students are able to decipher the product strategy. 5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets. 6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang penerapan teknik negosiasi dalam kasus pemasaran olahraga, Membuat simulasi negosiasi melalui platform LMS	Materi: Prinsip dasar negosiasi, Strategi komunikasi efektif, Studi kasus kerjasama pemasaran dalam olahraga Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
11	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru. 3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga. 4. Students are able to decipher the product strategy. 5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets. 6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang strategi pemasaran media sosial yang efektif	Materi: Peran media sosial dalam pemasaran olahraga, Strategi pemasaran yang efektif di media sosial, Pengukuran dan evaluasi keberhasilan kampanye pemasaran Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

12	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru. 3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga. 4. Students are able to decipher the product strategy. 5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets. 6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang strategi pemasaran media sosial yang efektif	Materi: Peran media sosial dalam pemasaran olahraga, Strategi pemasaran yang efektif di media sosial, Pengukuran dan evaluasi keberhasilan kampanye pemasaran Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
13	Mahasiswa mampu menguraikan penciptaan nilai. Students are able to decipher the creation of values.	1. Mahasiswa mampu menguraikan strategi produk. 2. Mahasiswa mampu menguraikan pengelaran penawaran ke pasar baru. 3. Mahasiswa mampu menguraikan pengembangan strategi dan program harga. 4. Students are able to decipher the product strategy. 5. Students are able to decipher the adoption of offers to new markets. 6. Students are able to describe the development of pricing strategies and programs.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang strategi pemasaran media sosial yang efektif	Materi: Peran media sosial dalam pemasaran olahraga, Strategi pemasaran yang efektif di media sosial, Pengukuran dan evaluasi keberhasilan kampanye pemasaran Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

14	Mahasiswa mampu menguraikan tanggung jawab pemasaran untuk kesuksesan jangka panjang. Students are able to elaborate on marketing responsibilities for long-term success.	1. Mahasiswa mampu menguraikan manajemen organisasi pemasaran holistik untuk jangka panjang. 2. Mahasiswa mampu menguraikan kesempatan menuju pasar global. 3. Students are able to elaborate on the management of a holistic marketing organization for the long term. 4. Students are able to outline opportunities to tap into global markets.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang studi kasus pemasaran olahraga dengan fokus pada prinsip etika	Materi: Prinsip-prinsip etika dalam pemasaran olahraga, Studi kasus tentang integritas dalam promosi produk olahraga Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
15	Mahasiswa mampu menguraikan tanggung jawab pemasaran untuk kesuksesan jangka panjang. Students are able to elaborate on marketing responsibilities for long-term success.	1. Mahasiswa mampu menguraikan manajemen organisasi pemasaran holistik untuk jangka panjang. 2. Mahasiswa mampu menguraikan kesempatan menuju pasar global. 3. Students are able to elaborate on the management of a holistic marketing organization for the long term. 4. Students are able to outline opportunities to tap into global markets.	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Tes	Bentuk pembelajaran: kuliah Metode pembelajaran: diskusi kelompok Form of learning: lecture Learning method: group discussion 3 X 50	Diskusi daring tentang studi kasus pemasaran olahraga dan dampaknya terhadap industri keolahragaan lokal	Materi: Konsep pemasaran olahraga, Pengaruh pemasaran olahraga terhadap industri keolahragaan lokal, Analisis ekonomi dalam pemasaran olahraga Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
16	Ujian Akhir Semester/Final test	Menjawab soal tes dengan benar	Kriteria: Nilai penuh apabila mampu menjawab soal dengan benar/kelengkapan laporan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Tes Tulis 3 X 50		Materi: Mahasiswa mengerjakan soal-soal studi kasus terkait dengan pola manajemen pemasaran di bidang olahraga. Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D, 2008, Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas. Salemba Empat, Jakarta	15%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	58.18%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	24.18%
3.	Penilaian Portofolio	11.68%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	2.5%
5.	Tes	2.5%
		99.04%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 4 Januari 2025

Koordinator Program Studi S1
Ilmu Keolahragaan



HERI WAHYUDI
NIDN 0015067904

UPM Program Studi S1 Ilmu
Keolahragaan



NIDN 0009018104

File PDF ini digenerate pada tanggal 9 Desember 2025 Jam 20:05 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

