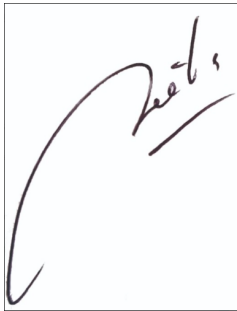
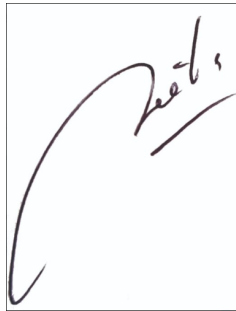


RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

 Universitas Islam Negeri SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN					Kode Dokumen MGT39
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Komunikasi Pemasaran	FEB6081311	Mata Kuliah Program Studi	T=2	P=1	5	01-08-2025
OTORISASI / PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		KAPRODI	
	 Cut Erika Ananda Fatimah SE. MBA		 Cut Erika Ananda Fatimah SE. MBA.		 Murdiyah Hayati, S.Kom., MM NIP. 19741003 200312 2 00 1	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL4	Mampu mengaplikasikan instrumen analisis bidang bisnis dan manajemen dengan mempertimbangkan aspek etika dan profesionalitas.				
	CPL8	Mampu membangun jaringan kerja sama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal dalam menyelesaikan tugas.				
	CPL10	Mampu mendemonstrasikan keterampilan komunikasi yang efektif dengan argumen teoritis dan empiris di bidang manajemen dan bisnis..				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK 1	C2 Menjelaskan definisi IMC (Integrated Marketing Communication) dan analisis situasi program IMC (CPL 4)				
	CPMK 2	C4 Menganalisis proses komunikasi dan penganggaran program komunikasi (CPL 10)				
	CPMK 3	P3 Mengembangkan program Komunikasi Pemasaran Terpadu (CPL 8)				
	CPMK 4	C5 Mengevaluasi efektivitas program IMC (CPL 4)				
	CPMK 5	C5 Mengevaluasi aspek sosial, etika, dan ekonomi program IMC (CPL 8)				

	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar MK (CPMK)	
	Sub-CPMK 1	C2 Menyimpulkan definisi komunikasi pemasaran (CPL 4, CPMK 1)
	Sub-CPMK 2	C2 Mendeskripsikan berbagai kerangka analisis program IMC (CPL 4, CPMK 1)
	Sub-CPMK 3	C2 Menjelaskan tujuan dan penganggaran program IMC (CPL 4, CPMK 2)
	Sub-CPMK 4	C2 Menjelaskan pengorganisasian periklanan dan promosi (CPL 4, CPMK 2)
	Sub-CPMK 5	C2 Menjelaskan proses komunikasi: sumber, pesan, dan faktor saluran (CPL 4, CPMK 2)
	Sub-CPMK 6	C3 Menetapkan tujuan dan anggaran program promosi (CPL 10, CPMK 3)
	Sub-CPMK 7	P3 Mengembangkan rencana media untuk strategi kreatif IMC (CPL 10, CPMK 3)
	Sub-CPMK 8	C3 Membuat strategi periklanan (TV, radio, majalah, koran) (CPL 4, CPMK 4)
	Sub-CPMK 9	C3 Membuat strategi pemasaran langsung, promosi penjualan, dan penjualan personal (CPL 4, CPMK 4)
	Sub-CPMK 10	C3 Membuat strategi digital dan media sosial (CPL 4, CPMK 4)
	Sub-CPMK 11	C5 Mengevaluasi strategi PR, publisitas, dan iklan korporat (CPL 4, CPMK 4)
	Sub-CPMK 12	C5 Mengevaluasi efektivitas program IMC dan dampak sosialnya (CPL 4, CPMK 5)

Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman mengenai komunikasi pemasaran. Topik yang dibahas dalam mata kuliah ini meliputi definisi komunikasi pemasaran, pemasaran dan komunikasi, komunikasi pemasaran terpadu, proses komunikasi pemasaran, strategi dan rencana komunikasi pemasaran, sumber dan saluran komunikasi pemasaran, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, hubungan masyarakat pemasaran (<i>marketing public relation</i>), penjualan personal, pemasaran langsung, manajemen merek, rencana biaya komunikasi pemasaran, serta riset dalam komunikasi pemasaran.
Bahan Kajian: Materi pembelajaran	1. Pengantar komunikasi pemasaran terpadu 2. Peran IMC dalam proses pemasaran 3. Pengorganisasian periklanan dan promosi 4. Proses komunikasi, faktor sumber, pesan, dan saluran 5. Menetapkan tujuan dan penganggaran untuk program promosi 6. Rencana media untuk strategi kreatif IMC 7. Evaluasi media: televisi dan radio 8. Evaluasi media: majalah dan surat kabar 9. Strategi pemasaran langsung 10. Strategi promosi penjualan dan penjualan personal 11. Strategi media digital dan sosial 12. Strategi hubungan masyarakat, publisitas, dan periklanan korporat 13. Regulasi periklanan dan promosi 14. Mengukur efektivitas program IMC dan dampak sosial IMC 15. Mengevaluasi aspek sosial, etika, dan ekonomi dari IMC
Pustaka	Utama: 1. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspectives, Belch and Belch 6th edition 2017 2. Modul PMR, Tim Dosen. Pendukung: 1. Integrated Marketing Communication, Shimp and Andrew, 1023. 2. Marketing Management, Philip Kotler dan Kevin L. Keller, Pearson, 2016 (KK)
Dosen Pengampu	Cut Erika Ananda Fatimah SE. MBA.
Matakuliah syarat	

Integrasi Keilmuan dan Keislaman	Mata kuliah ini berkaitan dengan mata kuliah Studi Islam dan Etika Bisnis melalui strategi-strategi berikut: 1. Menyediakan nilai-nilai Islam sebagai landasan dan rujukan dalam penerapan ilmu sosial serta teks Al-Qur'an dan Hadis. 2. Menemukan hubungan dan titik temu antara ilmu sosial dengan teks Al-Qur'an dan Hadis. 3. Menjadikan teks Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber inspirasi atau sumber rujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan. 4. Menghubungkan variasi dalam pola perilaku pemegang saham, manajer/manajemen di dalam perusahaan sebagai kebebasan yang diberikan oleh Allah untuk dipertanggungjawabkan.
Integrasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat	

M g Ke -	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CPMK) 3	Penilaian		Bantuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Teknik & Kriteria				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)
1	SubCPMK-1: C2 Menyimpulkan definisi komunikasi pemasaran (CPL4, CPMK1)	1. Menjelaskan pengertian komunikasi pemasaran. 2. Mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi pemasaran. 3. Menjelaskan peran komunikasi pemasaran dalam kegiatan bisnis. 4. Menyimpulkan konsep dasar Integrated Marketing Communication (IMC).	Teknik: tanya jawab Interaksi mahasiswa di kelas Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Pengantar komunikasi pemasaran terpadu (IMC): definisi, konsep dasar, ruang lingkup, fungsi komunikasi pemasaran.	
2	SubCPMK-2: C2 Mendeskripsikan kerangka analisis program IMC (CPL4, CPMK1)	1. Menjelaskan konsep IMC. 2. Mengidentifikasi komponen IMC. 3. Menganalisis kerangka analisis program IMC. 4. Menjelaskan peran IMC dalam proses pemasaran.	Teknik: tanya jawab Interaksi mahasiswa di kelas Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Peran IMC dalam proses pemasaran dan berbagai kerangka analisis program IMC.	

3	SubCPMK-3: C2 Menjelaskan tujuan & anggaran program IMC (CPL4, CPMK2)	1. Menjelaskan tujuan komunikasi pemasaran. 2. Mengidentifikasi jenis tujuan promosi. 3. Menjelaskan konsep penganggaran promosi. 4. Membandingkan metode penyusunan anggaran promosi.	Teknik non-test: resume artikel	Kuliah, studi literatur PB: 1x(3x50") [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Menetapkan tujuan komunikasi pemasaran dan penganggaran program promosi.	
			Kriteria: Rubrik Penilaian	Tugas: Menyusun dan mempresentasikan konteks risiko			

--

4	SubCPMK-4: C2 Menjelaskan pengorganisasian iklan & promosi (CPL4, CPMK2)	1. Menjelaskan struktur organisasi periklanan. 2. Mengidentifikasi peran biro iklan dan klien. 3. Menjelaskan bentuk organisasi promosi. 4. Menganalisis pengorganisasian periklanan dan promosi.	Teknik: tanya jawab Interaksi mahasiswa di kelas Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas: Menyusun dan mempresentasikan proses identifikasi risiko.	Pengorganisasian periklanan dan promosi.	
5	SubCPMK-5: C2 Menjelaskan proses komunikasi (sumber, pesan, saluran) (CPL4, CPMK2)	1. Menjelaskan proses komunikasi pemasaran. 2. Mengidentifikasi sumber komunikasi. 3. Menganalisis karakteristik pesan. 4. Menjelaskan berbagai saluran komunikasi pemasaran.	Teknik: tanya jawab Interaksi mahasiswa di kelas Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas:	Proses komunikasi: sumber, pesan, media/saluran, encoding-decoding, feedback dan noise.	1%
6	SubCPMK-6: C3 Menetapkan tujuan & anggaran program promosi (CPL10, CPMK3)	1. Menentukan tujuan program promosi. 2. Memilih metode penganggaran promosi yang sesuai. 3. Menyusun anggaran promosi sederhana berdasarkan kasus.	Teknik non-test: tugas individu Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas: Studi kasus individu	Penetapan tujuan dan penganggaran program promosi.	
7	SubCPMK-7: P3 Mengembangkan rencana media strategi kreatif IMC (CPL10, CPMK3)	1. Menyusun strategi kreatif IMC. 2. Memilih media yang sesuai dengan target pasar. 3. Menyusun rencana media berdasarkan tujuan komunikasi.	Teknik non-test: laporan kelompok Kriteria: Rubrik Penilaian	Praktikum kelompok [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas:	Rencana media untuk strategi kreatif IMC.	7,5%

8	ETS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
9	SubCPMK-8: C3 Membuat strategi iklan TV & radio (CPL4, CPMK4)	1. Menyusun strategi iklan televisi. 2. Menyusun strategi iklan radio. 3. Menganalisis kelebihan dan kelemahan media elektronik.	Teknik non-test: tugas individu Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas: Studi kasus individu		Strategi periklanan melalui media televisi dan radio.	
10	SubCPMK-9: C3 Membuat strategi iklan majalah & koran (CPL4, CPMK4)	1. Menyusun strategi iklan majalah. 2. Menyusun strategi iklan surat kabar. 3. Membandingkan efektivitas media cetak.	Teknik non-test: tugas individu Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas: Studi kasus individu		Strategi periklanan melalui media majalah dan surat kabar.	
11	SubCPMK-10: C3 Membuat strategi direct marketing (CPL4, CPMK4)	1. Menyusun strategi pemasaran langsung. 2. Menentukan media direct marketing yang tepat. 3. Menganalisis efektivitas direct marketing.	Teknik non-test: tugas individu Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")] Tugas: Studi kasus individu		Strategi pemasaran langsung (Direct Marketing).	
12	SubCPMK-11: C3 Membuat strategi sales promotion & personal selling (CPL4, CPMK4)	1. Menyusun strategi promosi penjualan. 2. Menyusun strategi personal selling. 3. Menentukan kombinasi sales promotion dan personal selling yang sesuai.	Teknik non-test: tugas individu	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Strategi promosi penjualan (Sales Promotion) dan Personal Selling.	

			Kriteria: Rubrik Penilaian	Tugas: Studi kasus individu			
13	SubCPMK-12: C3 Membuat strategi digital & media sosial (CPL4, CPMK4)	1.Menyusun strategi komunikasi digital. 2.Memilih media sosial sesuai target pasar. 3.Mengembangkan kampanye digital marketing.	Teknik non-test: tugas individu Kriteria: Rubrik Penilaian	Kuliah, diskusi kelas [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Strategi media digital dan media sosial.	
				Tugas: Studi kasus individu			
14	SubCPMK-12: C5 Mengevaluasi strategi PR, publisitas, iklan korporat (CPL4, CPMK4)	1.Mengevaluasi strategi Public Relations. 2.Menganalisis publisitas dan iklan korporat. 3.Menjelaskan regulasi periklanan dan promosi.	Teknik non-test: laporan kelompok Kriteria: Rubrik Penilaian	Discussion, project based method [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Strategi hubungan masyarakat (Public Relations), publisitas, iklan korporat, serta regulasi periklanan dan promosi.	
				Tugas:			
15	SubCPMK-12: C5 Mengevaluasi efektivitas & dampak sosial IMC (CPL4, CPMK5)	1. Mengevaluasi efektivitas program IMC. 2. Menilai dampak sosial, etika, dan ekonomi program IMC. 3. Memberikan rekomendasi perbaikan program IMC.	Teknik non-test: laporan kelompok Persiapan presentasi Akhir Kriteria: Rubrik Penilaian	Discussion, project based method [PB: 1x(3x50")] [PT+KM: (1+1)x(3x60")]		Mengukur efektivitas program IMC serta mengevaluasi aspek sosial, etika, dan ekonomi IMC.	
				Tugas:			

16	EAS / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa	
Total bobot penilaian		100%

INSTRUMEN PENILAIAN

1. KOMPONEN PENILAIAN

No.	Komponen	Bobot
1.	Partisipasi	15%
2.	Tugas Kelompok	20%
3.	Tugas Mandiri	15%
4.	UTS	30%
5.	UAS	20%

} Formatif : 40%

CPL	CPMK	Sub CPMK	Partisipasi	Presentasi	Tugas Mandiri	Tugas Kelompok	UTS	UAS	Total
CPL4	CPMK1	Sub CPMK 1	3%				4%		7%
CPL4	CPMK1	Sub CPMK 2	3%				4%		7%
CPL4	CPMK2	Sub CPMK 3	3%				4%		7%
CPL4	CPMK2	Sub CPMK 4	3%				4%		7%
CPL4	CPMK2	Sub CPMK 5	3%				3%		6%
CPL10	CPMK3	Sub CPMK 6			2%		3%		5%
CPL10	CPMK3	Sub CPMK 7				10%	4%		14%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 8					4%		4%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 9			2%			3%	5%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 10			3%			3%	6%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 11			2%			3%	5%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 12			3%			3%	6%
CPL4	CPMK4	Sub CPMK 12			2%			3%	5%
CPL4	CPMK5	Sub CPMK 12				10%		5%	15%
		Total	15%		15%	20%	30%	20%	100%

2. PEDOMAN PENILAIAN

Nilai Angka	Nilai Huruf	Nilai Bobot	Keterangan
80 - 100	A	4,00	Lulus
77 - 79,99	A-	3,70	Lulus
74 - 76,99	B+	3,40	Lulus
70 - 73,99	B	3,00	Lulus
67 - 69,99	B-	2,70	Lulus
64 - 66,99	C+	2,40	Lulus
60 - 63,99	C	2,00	Lulus
50 - 59,99	D	1,00	Tidak Lulus

0 – 49,99	E	0,00	Tidak Lulus
-----------	---	------	-------------

3. PENILAIAN SIKAP/PARTISIPASI

Kisi-kisi dan instrumen penilaian sikap/partisipasi

Dimensi	Metode	Kriteria Penilaian (80 – 100)	Kriteria Penilaian (70 – 79)	Kriteria Penilaian (<70)
Kedisiplinan	Observasi	Mahasiswa datang tepat waktu, ketepatan pengumpulan tugas, mematuhi tata tertib perkuliahan, memperhatikan orang lain yang presentasi.	Mahasiswa datang tepat waktu, pengumpulan tugas tidak tepat waktu, mematuhi tata tertib perkuliahan, memperhatikan orang lain yang presentasi.	Mahasiswa datang tidak tepat waktu, tidak mengumpulkan tugas, tidak mematuhi tata tertib perkuliahan, tidak memperhatikan yang presentasi.
Kreativitas	Observasi, Partisipasi, Tugas Kelompok/Mandiri	Mahasiswa sangat aktif menunjukkan ide-ide baru dan tanggapan dalam proses perkuliahan, tugas, dan ujian	Mahasiswa cukup menunjukkan ide-ide baru dan tanggapan dalam proses perkuliahan, tugas, dan ujian	Mahasiswa tidak menunjukkan ide-ide baru dan tanggapan dalam proses perkuliahan, tugas, dan ujian
Tanggung jawab	Observasi, Partisipasi, Tugas Kelompok/Mandiri	Mahasiswa sangat aktif dalam kegiatan perkuliahan, memberi kontribusi dalam tugas kelompok.	Mahasiswa cukup aktif dalam kegiatan perkuliahan, memberi kontribusi dalam tugas kelompok.	Mahasiswa tidak aktif dalam kegiatan perkuliahan, memberi kontribusi dalam tugas kelompok.

4. PENILAIAN TUGAS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<50	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	50 – 59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

5. PENILAIAN PRESENTASI

Kisi-kisi dan instrumen Penilaian presentasi:

Komponen	80 - 100	70 - 79	< 70
Komunikasi	Presentasi terorganisasi dengan sangat baik, sangat komunikatif, disertai gambar dan suara yang jelas, serta sangat runtut	Presentasi terorganisasi dengan baik, komunikatif, disertai gambar dan suara yang jelas, namun kurang runtut	Presentasi tidak terorganisasi dengan baik, kurang komunikatif, tidak didukung dengan gambar dan suara yang jelas, dan kurang runtut.
Kolaborasi	Pembagian tugas sangat proporsional dan menghasilkan presentasi yang sangat menarik	Pembagian tugas proporsional dan menghasilkan presentasi yang menarik	Pembagian tugas tidak proporsional, dan presentasi membosankan

Pemikiran Kritis	Pengungkapan materi yang sangat jelas, kekinian tinggi dan sangat kritis	Pengungkapan materi yang jelas, kekinian rendah namun masih kritis	Tidak jelas apa yang menjadi masalah dan isu yang disampaikan biasa saja, sehingga kurang kritis dalam analisis
------------------	--	--	---

6. PENILAIAN UTS

Kisi-kisi dan instrumen penilaian UTS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<50	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	50 – 59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

7. PENILAIAN UAS

Kisi-kisi dan instrumen penilaian UAS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<50	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	50 – 59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan keterampilan 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, keterampilan 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. **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.
5. **Kriteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. **Teknik penilaian:** tes dan non-tes.
7. **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.
8. **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 yang setara.
9. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
10. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
11. **PB=**Proses Belajar, **PT=**Penugasan Terstruktur, **KM=**Kegiatan Mandiri.
12. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
13. **PB=** Kegiatan Belajar Terbimbing, **PT=**Kegiatan Penugasan Terstruktur, **KM=**Kegiatan Mandiri.