

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Manajemen Bina Usaha (AE)	IKL2008	3 (tiga) sks	2 (dua)	14 Februari 2019
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS	Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Koor PRODI	
	Endah Fantini,A.md.,S.T.,M.IKOM	M Rizky Kertanegara, M.Si	M Rizky Kertanegara, M.Si	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah			
S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika			
P2	Prinsip dan teknik berkomunikasi menggunakan media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang			
KU1	Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku			
KU4	Mampu menyusun laporan hasil dan proses kerja secara akurat dan sah serta mengomunikasikannya secara efektif kepada pihak lain yang membutuhkan			
KU5	Mampu bekerjasama, berkomunikasi, dan berinovatif dalam pekerjaannya			
KK4	Mampu menjalankan proses bina usaha periklanan sesuai standar dan prosedur yang berlaku dalam rangka membangun kepercayaan, hubungan baik, dan keberlanjutan kerjasama dengan klien maupun calon klien			
CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)				
CPMK1	Memahami pentingnya sebuah perusahaan mempromosikan brand yang mereka miliki			
CPMK2	Memahami dan mencontohkan peran sebagai account team/client service			
CPMK3	Memahami dan mencontohkan cara mendapatkan klien dan melakukan presentasi			
CPMK4	Memahami dan mencontohkan cara-cara menjaga hubungan baik dengan klien			

	CPMK5	Memahami dan mengaplikasikan regulasi dalam komunikasi pemasaran, etika periklanan pada umumnya, dan di Indonesia
Deskripsi Mata Kuliah	MK Manajemen Bina Usaha (Account Executive) adalah Mata kuliah ini menjelaskan tentang optimalisasi klien dan hubungannya dengan perusahaan, bagaimana mendapatkan klien, memenuhi keinginan klien, mempertahankan klien, memahami hukum kerja sama agar klien dan perusahaan dapat menjadi mitra usaha yang ideal.	
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian peran periklanan untuk mempromosikan brand 2. Membuat perencanaan periklanan 3. Pengertian membedah iklan 4. Pengertian fungsi Account Team di Biro Iklan 5. Pengertian format brief, dan membuat serta membedah brief 6. Pengertian Jenis-jenis Klien dan proses penunjukkan Biro Iklan 7. Langkah-langkah menyiapkan proposal 8. Konsep menjual ide melalui presentasi 9. Strategi praktik presentasi 10. Motivasi tantangan dan cara-cara biro iklan menjaga hubungan baik dengan klien 11. Menganalisa Pengalaman Biro Iklan Sukses 	
Daftar Referensi	Utama:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Duncan, Tom (2002). IMC. Using Advertising and Promotion to Build Brands. UK: McGraw Hill 2. Semenik, Richard., Allen, Chris.,Guinn, Thomas., Kaufmann, Hans (2012). Advertising and Promotions: An Integrated Brand Approach. China: Cengage Learning
	Pendukung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Watono, Adji (2008). Advertising that Makes Money : 12 Prinsip Mengelola Merek Menjadi Market Leader dan Menghasilkan Profit. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
Media Pembelajaran	Perangkat lunak:	Perangkat keras :
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
Nama Dosen Pengampu	Endah Fantini,A.md.,S.T.,M.IKOM RR Dinar Soelistyowati, S.Sos.,M.M.	Advertising2018A, Advertising2018B, Advertising2018C, Advertising2018D Advertising2018A, Advertising2018B, Advertising2018C, Advertising2018D
Matakuliah prasyarat (Jika ada)	Tidak ada	