



Versi	: 2	Tanggal Revisi	: -
Revisi	: 0	Tanggal Berlaku	: 29-8-06

SATUAN ACARA PERKULIAHAN/PRAKTIKUM

Fakultas/Jurusan/Program Studi	:	Psikologi & Ilmu Sosial dan Budaya								
Kode Mata Kuliah	:	<table><tr><td>3</td><td>3</td><td>1</td><td>0</td><td>3</td><td>6</td><td>4</td><td>1</td></tr></table>	3	3	1	0	3	6	4	1
3	3	1	0	3	6	4	1			
Nama Mata Kuliah	:	Integrated Marketing Communications								
Kelompok Mata Kuliah	:	MKU/MKKU/MKDK/MKK/Praktikum *)								
Semester/SKS	:	III (Ganjil) / 3								
Dosen	:	Abdul Rohman, S.Sos								

Pertemuan Ke	Tujuan Instruksional Umum	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Materi	Media	Metoda Pembelajaran	Evaluasi	Sumber/referensi
I.	Untuk menjelaskan sejarah dan pentingnya IMC	Mahasiswa mengetahui secara mendalam sejarah, definisi, urgensi, dan tujuan IMC	Konsep dasar IMC	Sejarah IMC Definisi IMC Alasan yang mendorong pentingnya pelaksanaan IMC Tujuan IMC	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	1. Belch, George E. <i>Advertising & Promotion: an integrated marketing communications perspective; 5th edition</i> . McGraw Hill. North America.

II.	Untuk menjelaskan bagaimana proses terjadinya komunikasi pemasaran	Mahasiswa mampu menjelaskan proses terjadinya komunikasi pemasaran	Proses Komunikasi Pemasaran dan ragamnya	- Advertising - PR - Sponshorship - Sales promotion - Direct marketing - Exhibitions & trade fairs - Personal selling - Internet communication	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
III.	Memberikan pemahaman tentang konsep branding dalam IMC	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang konsep dan aktivitas branding dalam IMC	Branding	Definisi branding Brand strategic Brand equity	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	Sda
IV.	Memberikan pemahaman tentang penyusunan budget dalam IMC	Mahasiswa mampu menyusun budget dalam perencanaan IMC	Budgeting	How the communications budget effect sales Metode penyusunan budget IMC Factor yang mempengaruhi budgeting	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
V.	Menjelaskan tentang media planning	Mahasiswa dapat memhami konsep tentang media planning	Media planning	Stimulus yang mempengaruhi persepsi konsumen Proses media planning Media objective Pemilihan media Kontejs media	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda

VI.	Menjelaskan tentang target groups	Mahasiswa mampu menentukan target groups yang relevan dengan program IMC	Target groups	Segmenting, targeting, dan positioning Market segmentation Objectives	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
VII.	Memberikan pemahaman tentang advertising	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang peranan advertising dalam IMC	Advertising	Tipe advertising Perkembangan kampanye Target groups Objectives Message strategy	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
VIII.	Menjelaskan tentang peranan PR dalam IMC	Mahasiswa mampu menguraikan peran PR dalam IMC	PR	PR as communication tools Target groups, objectives, & task Instruments & channels Measuring PR results	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
IX.	Menjelaskan tentang bagaimana perancangan komunikasi pemasaran	Mahasiswa mampu menyusun program IMC	Penyusunan Program IMC	Identifikasi audiens Menentukan tujuan Merancang pesan Appeal dalam pesan	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda

X.	Memberikan gambaran tentang IMC dalam aplikasi	Mahasiswa mampu memahami tentang aplikasi IMC	IMC dalam aplikasi	Hambatan IMC Client-agency relation & IMC Ideal model of IMC	Projektor, white board	Ceramah dan diskusi tatap muka	UTS & UAS	sda
XI.	Memberikan pemahaman tentang penyusunan program IMC	Mahasiswa mampu menyusun program IMC	Program IMC	Kesesuaian produk dengan program IMC	Projektor, white board	Presentasi	Ketepatan konsep, kreativitas, dan teknik presentasi	sda
XII.	Memberikan pemahaman tentang penyusunan program IMC	Mahasiswa mampu menyusun program IMC	Program IMC	Kesesuaian produk dengan program IMC	Projektor, white board	Presentasi	Ketepatan konsep, kreativitas, dan teknik presentasi	sda

Disiapkan oleh

(Abdul Rohman, S.Sos)

Disahkan oleh



(Masduki, M.Si)