



Versi : 1

Tanggal Revisi :

Revisi : 0

Tanggal Berlaku : 13 Februari 2006

SATUAN ACARA PERKULIAHAN/PRAKTIKUM

Fakultas/Jurusan/Program Studi : Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Kode Mata Kuliah :

3	3	1	0	2	7	2	4
---	---	---	---	---	---	---	---

Nama Mata Kuliah : Manajemen Periklanan

Kelompok Mata Kuliah : MKU/MKKU/MKDK/MKK/Praktikum *)

Semester/SKS : IV(GENAP)/3 SKS

Dosen : Puji Hariyanti, S.Sos

Pertemuan Ke	Tujuan Instruksional Umum	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Materi	Media	Metoda Pembelajaran	Evaluasi	Sumber Referensi
1	Mahasiswa mengetahui gambaran umum tentang manajemen periklanan	Mahasiswa memahami gambaran umum tentang manajemen periklanan	Tinjauan umum manajemen periklanan	gambaran umum tentang manajemen periklanan	Viewer, Komputer	Tatap-muka, presentasi/ ceramah, diskusi.	Tanya jawab	Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Widyatama, Rendra. 2005. <i>Pengantar Periklanan</i> . Jakarta: Buana Pustaka Indonesia

2	Mahasiswa memahami Prinsip dan ruang lingkup pengelolaan perusahaan periklanan	Mahasiswa mampu menjelaskan Prinsip dan ruang lingkup pengelolaan perusahaan periklanan	Prinsip dan ruang lingkup pengelolaan perusahaan periklanan	Prinsip dan ruang lingkup pengelolaan perusahaan periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
3	Mahasiswa memahami bagaimana membuat tujuan dan anggaran iklan	Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana membuat tujuan dan anggaran iklan	tujuan dan anggaran iklan	tujuan dan anggaran iklan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Durianto, Darmadi, dkk. 2003. <i>Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jefkins, Frank. 1997. <i>Periklanan</i> . Jakarta: Erlangga
4	Mahasiswa memahami Strategi kreatif periklanan	Mahasiswa mampu memahami dan mempraktekkan membuat strategi kreatif periklanan	strategi kreatif periklanan	strategi kreatif periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Hakim, Budiman. 2005. <i>Lanturan tapi relevan</i> . Yogyakarta : Galang Press Palupi, Dyah hasto, Teguh Sri Pambudi. 2006. <i>Advertising that Sells</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
5	Mahasiswa memahami Media Plan I	Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi pemilihan media periklanan	Strategi pemilihan media periklanan	Strategi pemilihan media periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Sulaksana, Uyung. 2005. <i>Integrated Marketing Communications</i> . Yogyakarta: Pustaka Pelajar Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Durianto, Darmadi, dkk. 2003. <i>Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jefkins, Frank. 1997. <i>Periklanan</i> . Jakarta: Erlangga

6	Mahasiswa memahami tentang Media Plan II	Mahasiswa mampu melakukan Analisis media periklanan	Analisis media periklanan	Analisis media periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	sda
7	Mahasiswa memahami tentang rancangan pembuatan proposal periklanan I	Mahasiswa mampu membuat rancangan pembuatan proposal periklanan	rancangan pembuatan proposal periklanan	rancangan pembuatan proposal periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Bukunya aku lupa besok kulihat dulu dirumah
8	Mahasiswa memahami tentang rancangan pembuatan proposal periklanan II	Mahasiswa mampu membuat rancangan pembuatan proposal periklanan	rancangan pembuatan proposal periklanan	rancangan pembuatan proposal periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Bukunya aku lupa besok kulihat dulu dirumah
9	Mahasiswa memahami tentang konsep riset periklanan	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempraktekkan konsep riset periklanan	riset periklanan	riset periklanan	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
10	Mahasiswa memahami Efektivitas periklanan	Mahasiswa mampu menjelaskan Efektivitas periklanan	Efektivitas periklanan		Viewer, Komputer, makalah	Tatap-muka, presentasi/ ceramah, diskusi.	Tanya jawab	Kasali, Rhenald. 1992. <i>Manajemen Periklanan: Konsep & Aplikasinya di Indonesia</i> . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
11	Mahasiswa memahami Kode etik periklanan di Indonesia	Mahasiswa mampu menjelaskan Kode etik periklanan di Indonesia	Kode etik periklanan di Indonesia	Kode etik periklanan di Indonesia	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	Agustrijanto. 2002. <i>Copywriting</i> . Bandung. PT Remaja Rosdakarya
12	Mahasiswa memahami Sejarah periklanan di Indonesia dan dunia	Mahasiswa mampu menjelaskan Sejarah periklanan di Indonesia dan dunia	Sejarah periklanan di Indonesia dan dunia	Sejarah periklanan di Indonesia dan dunia	Viewer, Komputer	sda	Tanya jawab	PPPI.2004. <i>Cakap Kecap</i> . Yogyakarta : Galang Press PPPI. 2005. <i>Reka reklame</i> . Yogyakarta : Galang Press

Disiapkan oleh

(Puji Hariyanti, S.Sos)

Disahkan oleh



(Masduki, M.Si)