



UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI: BISNIS DIGITAL

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	NO&TGL DOK
Marketing Analytics	BDI6306		3	5 (LIMA)	
OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK		Ketua Prodi	
				Dion Achmad Armadi, S.E., M.Si	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 5	Memiliki pengetahuan terkait pemasaran konvensional, pemasaran digital dan riset pemasaran. (P3)			
	CPL 11	Mampu merancang dan mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi secara konvensional maupun digital berdasarkan hasil analisis pasar dan tren yang berlaku di masa kini dan mendatang pada organisasi laba dan nirlaba. (KK2)			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPMK 1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar dan pentingnya marketing analytics			
	CPMK 2	Mahasiswa mampu mengumpulkan dan mempersiapkan data untuk marketing analytics			
	CPMK 3	Mahasiswa mampu menerapkan Teknik-teknik analitik untuk mengevaluasi kinerja pemasaran			
	CPMK 4	Mahasiswa mampu menganalisis efektivitas kampanye pemasaran			
	CPMK 5	Mahasiswa mampu menggunakan alat dan perangkat lunak marketing analytics			
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CMPK)				
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dan manfaat marketing analytics			
Sub-CPMK 2	Mahasiswa mengidentifikasi sumber data pemasaran yang relevan				
Sub-CPMK 3	Mahasiswa dapat mengumpulkan dan mempersiapkan data untuk analisis				

	Sub-CPMK 4	Mahasiswa dapat menggunakan Teknik statistic dasar dalam marketing analytics					
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa dapat menerapkan metode segmentasi pasar menggunakan data analitik					
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa dapat melakukan analisis sentiment untuk memahami persepsi pelanggan					
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa dapat menganalisis data perilaku pelanggan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye					
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa dapat menggunakan model atribusi untuk menilai kontribusi berbagai saluran pemasaran					
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa dapat mengoperasikan perangkat lunak marketing analytics					
	Korelasi CPL terhadap CPMK						
		CPMK 1	CPMK 2	CPMK 3	CPMK 4	CPMK 5	
	CPL 5						
	CPL 11						
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Marketing Analytics bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan data dan teknik analitik untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pemasaran. Mahasiswa akan belajar tentang pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penyusunan rekomendasi berdasarkan temuan analitik.						
Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar dan manfaat marketing analytics 2. Sumber data pemasaran 3. Pembersihan dan persiapan data 4. Teknik statistic dasar 5. Segmentasi pasar 6. Analisis sentiment 7. Evaluasi kampanye pemasaran 8. Analisis perilaku pelanggan 9. Model atribusi pemasaran 10. Perangkat lunak marketing analytics 						
Pustaka	Utama:						
	Wedel, M., & Kannan, P. K. (2016). Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel. CRC Press. Lilien, G. L., Rangaswamy, A., & De Bruyn, A. (2017). Principles of Marketing Engineering and Analytics. DecisionPro, Inc. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.						
	Pendukung:						
Dosen Pengampu	Aditya Prima Yudha, S.Pi., MM.						
Mata Kuliah Syarat	<i>Marketing Fundamental</i> <i>Digital Marketing</i>						

Minggu ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian %
		Indikator	Kriteria & bentuk	Luring	Daring		
1	Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dan manfaat marketing analytics	Ketepatan menjelaskan konsep dan manfaat marketing analytics	Kriteria; Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) Praktikum: 1x(1x170)	lms.unpak.ac.id	Definisi, tujuan, manfaat dan komponen marketing analytics	5
2	Mahasiswa mengidentifikasi sumber data pemasaran yang relevan	Ketepatan mengidentifikasi sumber data pemasaran yang relevan	Kriteria; Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) Praktikum: 1x(1x170)	lms.unpak.ac.id	Sumber data Pengumpulan data	5
3-4	Mahasiswa dapat mengumpulkan dan mempersiapkan data untuk analisis	Ketepatan mengumpulkan dan mempersiapkan data untuk analisis	Kriteria; Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) Praktikum: 1x(1x170)	lms.unpak.ac.id	Pembersihan data Teknik persiapan data	20
5-6	Mahasiswa dapat menggunakan Teknik statistic dasar dalam marketing analytics	Ketepatan menggunakan Teknik statistic dasar dalam marketing analytics	Kriteria; Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) Praktikum: 1x(1x170)	lms.unpak.ac.id	Teknik statistic dasar dalam marketing analytics	15
7	Mahasiswa dapat menerapkan metode segmentasi pasar menggunakan data analitik	Ketepatan menerapkan metode segmentasi pasar menggunakan data analitik	Kriteria; Ketepatan & penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) Praktikum: 1x(1x170)	lms.unpak.ac.id	Metode segmentasi pasar	5

Sub-CPMK 2								
Sub-CPMK 3								
Sub-CPMK 4								
Sub-CPMK 5								
Sub-CPMK 6								
Sub-CPMK 7								
Sub-CPMK 8								
Sub-CPMK 9								
Persentase Penilaian								

Bogor, 2023
Dosen Pengampu,

.....

Keterangan *): Bentuk dan jenis penilaian dapat disesuaikan dengan karakteristik mata kuliah