

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)



UNIVERSITAS BOSOWA
PROGRAM PASCA SARJANA
JURUSAN/PROGRAM STUDI S3 MANAJEMEN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

NAMA MATA KULIAH	KODE MK	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Manajemen Pemasaran (Pilihan)			3 SKS	1 (Satu)	27 Juni 2023
	Nama Koordinator Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka PRODI
	Tanda tangan		Tanda tangan		Tanda tangan
	Prof. Dr. Muhammad Yusuf Saleh, SE, M.Si		Prof. Dr. Muhammad Yusuf Saleh, SE, M.Si		Prof. Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, S.E., M.Si.
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi)				
	S1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius			
	S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan ajaran agama, moral, dan etika			
	S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara berdasarkan Pancasila			
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa			
	S8	Mampu menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik			
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahlian secara mandiri			
	S10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.			
	S11	Menunjukkan kedewasaan berfikir, visioner atau cara pandang kedepan yang lebih luas serta bertindak lebih arif dan bijaksana terutama dalam mengambil keputusan			
S13	Menjunjung nilai-nilai luhur pancasila dalam kehidupan sehari-hari				

	P1	Menemukan atau mengembangkan teori/konsepsi/gagasan ilmiah, dan memberikan kontribusi pada pengembangan, serta pengamalan ilmu pengetahuan yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora di bidang Manajemen Industri
	P2	Mampu menyusun kajian teoritis pada bidang Manajemen industri dan inovasi yang dihasilkan dalam bentuk disertasi serta mempublikasikan tulisan pada jurnal ilmiah bereputasi internasional.
	P4	Mampu menyusun argumen dan solusi keilmuan, teknologi atau seni berdasarkan pandangan kritis atas fakta, konsep, prinsip atau teori yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan etika akademik, serta mengkomunikasikannya di media sosial, media cetak atau langsung kepada masyarakat
	P6	Mampu mengelola, termasuk menyimpan, mengaudit, mengamankan dan menemukan kembali data dan informasi hasil penelitian yang berada di bawah tanggung jawabnya.
	P7	Menguasai pengetahuan tentang jenis dan regulasi organisasi lokal, nasional, regional dan global
	KU1	Menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan bidang keahliannya
	KU4	Mengelola pembelajaran secara mandiri
	KU5	Mengembangkan dan memelihara jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya
	KU11	Mampu berkomunikasi lisan dan tulis (manual maupun menggunakan TIK) secara efektif.
	KK1	Menguasai Pengetahuan terbaru (teori dan model empiris) di bidang manajemen industri
	KK2	Menguasai filsafat/metodologi penelitian (inter-, multi-,transdisiplin) dan teknik penulisan/publikasi ilmiah untuk mengembangkan dan menyebarluaskan kebaruan keilmuan di bidang manajemen serta menyelesaikan permasalahan manajemen industri
	KK3	Menguasai ekonometrika dan analisis multivariate untuk mengembangkan dan menyebarluaskan kebaruan keilmuan di bidang manajemen serta menyelesaikan permasalahan manajemen
	CPMK (Capaian Pembelajaran Lulusan Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah)	
	CPMK1	Mampu menemukan dan mengembangkan teori/konsepsi/gagasan ilmiah
	CPMK2	Mampu memberikan kontribusi pada pengembangan, serta pengamalan ilmu pengetahuan yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora di bidang Manajemen industri.
	CPMK3	Mampu menyusun kajian teoritis pada bidang manajemen industri dan inovasi yang dihasilkan dalam bentuk disertasi.
	CPMK4	Mampu mempublikasikan tulisan pada jurnal ilmiah bereputasi internasional.

	CPMK5	Mampu menyusun argumen dan solusi keilmuan, teknologi atau seni berdasarkan pandangan kritis atas fakta, konsep, prinsip atau teori yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan etika akademik.
Diskripsi Singkat MK		
Bahan Kajian / Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Dasar Ilmu Manajemen Pemasaran 2. Pasar sebagai Fokus pemasaran, sejarah, teori dan riset tentang pemasaran 3. Konsep-konsep pokok dalam pemasaran 4. Konsep pemasaran dalam organisasi nirlaba, sosial dan politik 5. Konsep pemasaran dalam usaha berskala kecil 6. Usulan penelitian sebagai embrio usulan penelitian disertasi di bidang pemasaran 7. Pemasaran internasional 8. Formulasi dan strategi pemasaran internasional, competitive analysis, kebijakan tentang ekspor, economics dan environment. 9. Pemasaran global, lingkungan sosial dan elemen budaya pasar dunia 10. Aspek-aspek pemasaran jasa dan model-model marketing 11. Kasus pemasaran di Indonesia 12. Teori dan kasus dalam manajemen pemasaran secara komprehensif 	
Daftar Referensi	<p>Utama:</p> <p>Guerrero-Velástegui, CA., Infante-Paredes, R., Mejía-Vayas, C., Silva-Arcos, P. (2023). Bibliometric Analysis Based on Scientific Mapping in the Use of Digital Marketing Strategies. In: Valencia-García, R., Bucaram-Leverone, M., Del Cioppo-Morstadt, J., Vera-Lucio, N., Centanaro-Quiroz, P.H. (eds) Technologies and Innovation. CITI 2023. Communications in Computer and Information Science, vol 1873. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-45682-4_18</p> <p>Badi'ah, R., Wiratama, D., Purwanti, I., & Abadi, M. (2024). Dynamics of Development of Islamic Marketing Research: A Bibliometric Review Based on Scopus Data, 1998 - 2023. Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 9(2), 297-316. https://doi.org/10.36908/isbank.v9i2.1066</p> <p>Dash, G.; Sharma, C.; Sharma, S. Sustainable Marketing and the Role of Social Media: An Experimental Study Using Natural Language Processing (NLP). Sustainability 2023, 15, 5443. https://doi.org/10.3390/su15065443</p> <p>Rex, E.; Baumann, H. Beyond ecolabels: What green marketing can learn from conventional marketing. J. Clean. Prod. 2007, 15, 567-576.</p> <p>Sharma, C.; Sakhuja, S.; Nijjer, S. Recent trends of green human resource management: Text mining and network analysis. Environ. Sci. Pollut. Res. 2022, 29, 84916-84935.</p> <p>Pendukung:</p> <p>Yusuf, Muhammad., Said, Miah. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies. Penerbit; Sah Media, Makassar.</p>	
Media Pembelajaran	Preangkat lunak: Microsoft Excell dan Microsoft Power Point	Perangkat keras : Notebook, LCD & White board
Nama Dosen Pengampu	Prof. Dr. Muhammad Yusuf Saleh, S.E., M.Si Dr. Lukman Setiawan, S.E., M.Si	

Mata kuliah prasyarat								
MingguKe-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria & Bentuk Penilaian	Indikator Penilaian	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Memahami silabus dan kontrak perkuliahan serta memahami konsep dasar manajemen pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> -Silabus dan kontrak perkuliahan - Ruang lingkup Konsep Dasar manajemen pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah/ Presentase ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai ruang lingkup manajemen pemasaran. - Mahasiswa mencari informasi dari berbagai sumber (terutama Internet) tentang ruang lingkup konsep dasar Manajemen industri - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan silabus dan kontrak perkuliahan - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
2	Mampu memahami dan menjelaskan Pasar sebagai Fokus pemasaran, sejarah, teori dan riset tentang etika pemasaran disiplin yang menjadi pendukung utama teori pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar sebagai fokus pemasaran - Sejarah teori dan riset konsumen - Model perilaku konsumen - Studi empiris terkait 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah/P resentase ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai pasar sebagai focus pemasaran, - Mendiskusikan artikel-artikel yang terkait dengan manajemen operasi industry 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5

3	Mampu memahami dan menjelaskan konsep-konsep pokok dalam pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Bauran pemasaran - Segmentasi pasar - Branding - Retailing 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah ●Diskusi ●Tugas 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai konsep-konsep pokok dalam pemasaran - Mengerjakan terkaik dengan studi kasus manajemen produksi - ahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran, aktivitas diskusi dan ketepatan serta kebenaran tugas	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
4	Mampu memahami dan menjelaskan konsep pemasaran dalam organisasi nirlaba, sosial dan politik	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran pada organisasi nirlaba - Pemasaran pada bidang sosial - Pemasaran pada dunia politik 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai konsep pemasaran dalam organisasi nirlaba, sosial dan politik. - Mengerjakan tugas analisis review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
5	Mampu memahami dan menjelaskan konsep pemasaran dalam usaha berskala kecil	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran dan UMKM - Inovasi dan difusi inovasi dalam pemasaran - Pengembangan produk baru - 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cera mah ● Disku si 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai konsep Pemasarn dalam usaha kecil. - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa 	5

							- Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi	
6	Mampu memahami dan menjelaskan usulan penelitian sebagai embrio usulan penelitian disertasi di bidang pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Riset pemasaran dan riset pasar - Rancangan riset pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi mengenai usulan penelitian disertasi di bidang pemasaran - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	10
7	Mampu memahami Pemasaran internasional	<ul style="list-style-type: none"> - Implementasi pemasaran - Pemasaran Internasional - Peluang pasar internasional 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ceramah ●Diskusi ●Kasus 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai pemasaran internasional - Melakukan diskusi terkait dengan review artikel. - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran, presentasi aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel. - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	10
8	Mampu memahami dan mengerjakan semua soal ujian yang mencakup topik-topik pada pertemuan 1 sampai dengan pertemuan 7	UTS	Tes Tertulis	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa belajar bersikap disiplin seperti datang tepat waktu, dan mematuhi semua peraturan ujian yang berlaku. - Mahasiswa belajar bersikap jujur dengan cara tidak mencontek selama ujian berlangsung 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan jawaban sesuai dengan teori-teori yang diajarkan selama masa perkuliahan - Perilaku disiplin dan jujur selama ujian berlangsung 	

9	Mampu memahami formulasi dan strategi pemasaran multinasional, competitive analysis, kebijakan tentang ekspor, economics dan environment.	<ul style="list-style-type: none"> - Formulasi strategi pemasaran multinasional - Competitive analysis - Economic environment 	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Tugas ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai formulasi dan strategi pemasaran multinasional, competitive analysis, kebijakan tentang ekspor, economics dan environment. - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
10	Mampu memahami Pemasaran global, lingkungan sosial dan elemen budaya pasar dunia	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran global - Elemen-elemen budaya pasar global - Karakteristik pasar regional - Perencanaan pemasaran dunia. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Latihan ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai Pemasaran global, lingkungan sosial dan elemen budaya pasar dunia - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
11	Mampu memahami Aspek-aspek pemasaran jasa dan model-model marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasaran jasa - E-marketing - Sistem informasi pemasarn 	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Latihan ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai Aspek-aspek pemasaran jasa dan model-model marketing 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran 	5

					<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 		<ul style="list-style-type: none"> analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	
12	Mampu memahami Kasus pemasaran di Indonesia	Kasus pemasaran di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Latihan ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai kasus pemasaran di Indonesia. - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	5
13	Mampu memahami manajemen keuangan industry	Manajemen Keuangan Industri	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Latihan ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai manajemen keuangan industri - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat 	5

							keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi	
14-15	Mampu memahami Teori dan kasus dalam manajemen pemasaran secara komprehensif	Studi kasus teori dalam manajemen pemasaran secara komprehensif.	<ul style="list-style-type: none"> ●Presentasi ●Latihan ●Diskusi 	TM : 1x3x50' BT : 1x3x60' BM : 1x3x60'	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mendapatkan informasi dari dosen mengenai Teori dan kasus dalam manajemen pemasaran secara komprehensif - Mengerjakan tugas review artikel - Mahasiswa belajar etika berdiskusi 	Kehadiran dan aktivitas diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi dan kebenaran penjelasan - Kebenaran analitis - Penyelesaian tugas review artikel - Tingkat keaktifan mahasiswa - Perilaku yang sesuai dengan etika berdiskusi 	10
16	Mampu mengerjakan soal- soal ujian yang disediakan yang meliputi topik-topik pada pertemuan 9 sampai dengan pertemuan 15	UAS	Tes Tertulis	1x90 menit	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa belajar bersikap disiplin seperti datang tepat waktu dan mematuhi semua peraturan ujian 		<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan jawaban sesuai dengan teori-teori yang diajarkan selama masa perkuliahan - Perilaku disiplin dan jujur selama ujian berlangsung 	-

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan 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, ketrampilan 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. Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. 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.

LEMBAR RENCANA TUGAS MAHASISWA

		NAMA PERGURUAN TINGGI PROGRAM PASCASARJANA JURUSAN / PROGRAM STUDI S3 MANAJEMEN			
RENCANA TUGAS MAHASISWA					
MATA KULIAH		Manajemen Pemasaran			
KODE		sk s	3	SEMESTER	2
DOSEN PENGAMPU		Prof. Dr. Muhammad Yusuf Saleh, S.E., M.Si. Dr. Lukman Setiawan, S.E., M.Si			
BENTUK TUGAS					
Tugas Individu					
JUDUL TUGAS					
Review Artikel terkait dengan isu-isu manajemen industry di era digitalisasi					
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH					
Agar mahasiswa mampu Mampu mempublikasikan tulisan pada jurnal ilmiah bereputasi internasional					
DISKRIPSI TUGAS					
Melakukan review artikel dan mempresentasikannya di kelas.					
METODE Pengerjaan Tugas					
<ul style="list-style-type: none"> • Tugas individu pada setiap pertemuan kuliah dikerjakan secara mandiri dengan melakukan review artikel • artikel yang sudah direview akan dipresentasikan di depan kelas berdasarkan kelompok dan judul penugasan masing-masing 					
a. Obyek Garapan: artikel di jurnal bereputasi internasional b. Bentuk Luaran: <ol style="list-style-type: none"> 1. Review artikel 2. Diskusi kelas 					
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman 20% 2. Kemampuan Analisis 30% 3. Ketepatan Jawaban 30% 4. Kemampuan komunikasi 20% 					
JADWAL PELAKSANAAN:					
Minggu ke-14-16 (asistensi 4 kali)					
LAIN-LAIN					
Ketelaten dan keuletan menjadi salah satu indikator penilaian					
DAFTAR RUJUKAN					
Bedeian, Arthur G and Wren, Daniel A. (Winter 2001). "Most Influential Management Books of the 20th Century" (PDF). <i>Organizational Dynamics</i> . 29 (3): 221–225; Kiechel, Walter (2010). <i>The Lords of Strategy: The Secret Intellectual History of the New Corporate World</i> . <i>Harvard Business Review Press</i> ;					

Magretta, Joan (2011). Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy. *Harvard Business Review Press*;

Mathews, J.(2013-02-01). The Competitive Advantage of Michael Porter. In The Oxford Handbook of Management Theorists: *Oxford University Press*.3.

Yusuf, Muhammad; Batara Surya, Firman Menne, Muhlis Ruslan, Seri Suriani, Iskandar. (2022). Business Agility and Competitive Advantage of SMEs in Makassar City, Indonesia. *Sustainability*. Vol. 15 (1). 627