



LABORATORIUM MANAJEMEN MENENGAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GUNADARMA-JAKARTA

<http://ma-menengah.lab.gunadarma.ac.id>

Kampus Kelapa Dua (E), ruang E532 Jl. Akses UI Cimanggis Depok, Telp. 021 8727538 dan 41 dan
Kampus Bekasi (J), Lab. Ekonomi Terpadu Lt. 4, Jl. KH. Noer Ali, Kalimalang, Bekasi, Telp. 021 88801117

SATUAN ACARA PRAKTEK

Praktikum : Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*) & Prakt. **
Kode MK/Semester : HM023204 /Ganjil (PTA)
Sistem Operasi : Windows/UBUNTU 7.08
Software yang digunakan : Adobe Photoshop CS/GIMP
Kelas / Prog. Studi : 3DD / D3-Manajemen Bisnis & Kewirausahaan (D3-BK)

Silabus Singkat:

Untuk dapat mengikuti matakuliah Marketing Communication mahasiswa harus telah memiliki dasar pengetahuan mengenai pemasaran barang dan jasa agar dapat diimplemtasikan dengan mata kuliah ini. Tujuan dari matakuliah ini diharapkan agar mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang perangkat (*tools*) dalam manajemen pemasaran, yaitu pentingnya menciptakan image produk sebagai bentuk komunikasi pemasaran atas suatu produk atau jasa.

Pertemuan ke-	Materi/Modul	Aplikasi
1	Komunikasi Pemasaran dalam Bisnis. Mengenali konsumen dan karakteristiknya, memahami konsep pemasaran (<i>Marketing Concept</i>), mengetahui tahapan <i>branding</i> dan <i>relationship marketing</i> , memahami nilai produk atau jasa, mengenali dan memahami Bauran dan Proses Pemasaran, mengidentifikasi hambatan dan dampak serta tujuan komunikasi, merancang komunikasi.	I- Lab (Teori)
2	Sumber dan Saluran Komunikasi Pemasaran. Memahami pesan baik sumber maupun konsep, mengenali dan memilih saluran komunikasi, mengerti cara mempengaruhi audiens, mengetahui kelebihan dan kelemahan tiap media saluran komunikasi, mengidentifikasi jenis saluran komunikasi yang paling efektif.	I- Lab (Teori)
3	Budget (Anggaran) Promosi. Memahami pengertian budget, mengetahui kegunaan budget, mengetahui faktor yang mempengaruhi budget, memahami budget biaya penjualan serta mengenali departemen yang terdapat di perusahaan, mengenali dan memahami tahapan pembuatan iklan, membuat estimasi biaya produksi iklan.	I- Lab (Teori)

Pertemuan ke-	Materi/Modul	Aplikasi
4	<p>Komunikasi Pemasaran dengan GIMP. Mengenali aplikasi GIMP, mengetahui layanan dan kemampuan GIMP, mengetahui software yang didukung GIMP, mengenali toolbox pada GIMP beserta fungsinya.</p>	<p>I- Lab GIMP (Toolbox)</p>
5	<p>Komunikasi Pemasaran dengan GIMP (Lanjutan). Membuka lembar kerja baru dengan GIMP, membuka image dengan GIMP, memanipulasi foto dengan GIMP, berkreasi dengan GIMP.</p>	<p>I- Lab GIMP (Image /Layer)</p>
6	<p>Persentasi dengan Open Office Impress. Mengenali Open Office Impress, mengenali dan memahami SlidePane, mengenali dan memahami TaskPanel, mengenali dan memahami Workspace.</p>	<p>I- Lab Open Office Impress (Workspace)</p>
7	<p>Persentasi dengan Open Office Impress (Lanjutan). Membuat presentasi dengan Presentation Wizard, mengerti cara mengekspor file ke PDF, penggunaan Open Office secara keseluruhan.</p>	<p>I- Lab Open Office Impress (Presentation Wizard)</p>
8	<p>Ujian Mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman mahasiswa terhadap materi yang diberikan, mengevaluasi untuk mengetahui tingkat kemampuan para praktikan.</p>	<p>I- Lab GIMP Open Office Impress</p>