


Dokumen Kurikulum 2013-2018
Program Studi : Sarjana Kewirausahaan
Lampiran I

Fakultas : Sekolah Bisnis dan Manajemen
Institut Teknologi Bandung

	Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Institut Teknologi Bandung	Kode Dokumen		Total Halaman
		Kur2013-S1-MK		156
		Versi	4	6 September 2013

KURIKULUM ITB 2013-2018 – PROGRAM SARJANA
Program Studi Sarjana Kewirausahaan
Sekolah Bisnis dan Manajemen

SEMESTER I

<KU 1001> Olahraga

KodeMatakuliah: KU 1001	Bobotsks: 3 SKS	Semester: 1 / Ganjil	KK / Unit PenanggungJawab: ITB	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	Olahraga			
	Fitness			
SilabusRingkas	Mata kuliahini memberikan pemahamanakan pentingnyakebugaranbagipraktikhidup sehat dan prasyaratuta mapendukungsemuakegiatanhidup			
	<i>The course provide students understand the necessary of fit and health as main component of supporting live activities</i>			
SilabusLengkap	Mata kuliaholahragamemberikan pengalamanuntuk berjuangmendapatkankemenangandalamsuatu pertandingan/ permainanolahraga, kegiatanfisiksecaraberkelompok, gunamengembangkansikap-sikappositif, sepertimampubekerjasama, disiplin, motivasitinggi, kreatifdansportif.			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswadiharapkanmampubekerjasama, bertanggungjawabdanpercaya diri - Memilikisifatsportif, semangatjuangdandisiplin - Mendiskusikan proses strategisecara holistic danterintegrasi - Memilikiketerampilanuntuk berpikirstrajistik 			
MatakuliahTerkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang				
Pustaka				
PanduanPenilaian	Partisipasiaktif, tugas			
CatatanTambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pendahuluan	Ruang lingkup, tujuan perkuliahan, prosedur penilaian, tata tertib, dsb	Mahasiswa memahami peran perkuliahan dan tujuannya khirdari kegiatan praktek olahraga jasmani	Modul
2	<i>Physical Fitness 2 (Balke Test)</i>	Tes fisik dengan lari selama 15 menit	Meningkatkan kekuatan fisik	Praktek
3	<i>Estafet Game</i>	Lari sejauh 400 m per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	Praktek
4	<i>Futsal 1</i>	Pertandingan futsal per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	Praktek
5	<i>Handball 1</i>	Pertandingan handball per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	Praktek
6	<i>Punctured Drum</i>	Kerjakelompok menyelesaikan masalah mengeluarkan bola dalam galon berlubang	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	
7	<i>Futsal 2</i>	Pertandingan futsal per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	
8	<i>Handball 2</i>	Pertandingan handball per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan kerjasama team	Praktek
9	<i>SBM Estafet Game</i>	Lari sejauh 400 m per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik	Praktek
10	<i>Tea Walk</i>	Latihan dayatahantubuh, jalandan jogging	Meningkatkan kekuatan fisik dan dayatahantubuh	Praktek
11	<i>Aerobics Dance & Dod River</i>	Pertandingan lari 200 m per kelompok	Meningkatkan kekuatan fisik dan dayatahantubuh	Praktek
12	<i>Physical Fitness Game (Ball Tower)</i>	Tiap kelompok berusaha untuk membangun sebuah bangunan berbentuk Eiffel Tower dengan bahan bangunan yang harus diambil dengan kerjakeras/ harus melalui tantangan dan memiliki ukuran balok yang sesuai. Tiap tantangan harus dilalui dalam waktu tertentu apabila melanggar akan ada sanksi berupa hukuman air	Melatih sportifitas dan kerjasama dalam team	Praktek
13	<i>Physical Fitness (Balke Test)</i>	Tes fisik untuk mengetahui derajat kebugaran jasmani dengan melaksanakan lari selama 15 menit berapajarak yang ditempuh	Melatih kekuatan dan kebugaran fisik	Praktek
14	<i>Special Training, Evaluation Training, Peer Evaluation (paint ball)</i>	Kelompok-kelompok yang memenangkan pertandingan minimal 2 kali, maka berhak untuk bermain Paint ball di Hutan Raya H. Juanda (Pakar). Kelompok yang tidak memenangkan sampai 2 kali kemenangan, lintas alam di sekitar Hutan Raya H. Juanda.		Praktek
15	<i>Final Test</i>			

<KU 1071> Pengenalan Teknologi Informasi

Kode Matakuliah: KU 1071	Bobot sks: 2 SKS	Semester: I / Ganjil	KK / Unit PenanggungJawab: Manajemen Operasi dan Kinerja	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	Pengenalan Teknologi Informasi Tipe C			
	Introduction to Information Technology Type C			
SilabusRingkas	Mata kuliah ini memberikan kecakapan dasar teknologi informasi untuk kehidupan skolastik dan profesi pesertanya. Materi mencakup sistem dan organisasi komputer, perangkat produktivitas, internet, dan isu-isu sosial dan teknikal			
Silabus Lengkap	Matakuliah ini memperkenalkan kepada mahasiswa baru tentang teknologi informasi sebagai media komunikasi informasi, yang mencakup pencarian, penyimpanan, pengolahan dan diseminasi informasi sebagai bagian dari upaya memanfaatkan informasi yang melandasi pengembangan kreativitas dalam proses pengambilan keputusan secara kritis dan bertanggungjawab. Materi bahasan mencakup berbagai perangkat keras dan lunak komputer, efek positif dan negatif komputer pada kehidupan manusia, implikasi etis teknologi informasi, penggunaan aplikasi komputer: word processor, spread sheet, perangkat presentasi dan basis data, dan perangkat komunikasi multimedia dan internet. Matakuliah ini diberikan dalam bentuk perkuliahan dan tutorial di laboratorium menggunakan komputer dan internet. Evaluasi hasil pembelajaran didasarkan pada tugas dan ujian.			
Luaran (Outcomes)	Matakuliah ini bertujuan untuk: 1. Memberikan pengetahuan tentang dasar-dasar teknologi informasi dan komputer 2. Memberikan pelatihan tentang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komputer, serta beberapa program aplikasi komersial. 3. Memberikan pemahaman bagaimana harus berlaku dan bersikap dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komputer dalam suatu masyarakat akademis.			
MatakuliahTerkait	-			
KegiatanPenunjang	-			
Pustaka	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008			
PanduanPenilaian	Nilai akhir terdiri dari: Kuis (15%), Tugas (20%), Partisipasi kelas (5%), Video Presentasi (10%), UTS (25%), UAS (25%)			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan: Komputer dari komputasi ke komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan pada matakuliah • Dunia digital • Taksonomi komputer • Koneksi komputer 	Mahasiswa dapat menjabarkan peran-peran penting computer dalam kehidupan modern	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
2	Perangkat Keras dan Antar Muka Komputer	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep digital • Inti komputer: CPU dan memori • Perangkat input darimanusia ke prosesor • Perangkat ouput dari pulsa ke manusia • Devais penyimpan • Sistem (keseluruhan) komputer 	Mahasiswa dapat menjelaskan struktur dan organisasi dasar komputer	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
3	Dasar-dasar Perangkat Lunak	<ul style="list-style-type: none"> • Pengolahan dengan program • Perangkat lunak aplikasi untuk pengguna • Perangkat lunak sistem penghubung perangkat lunak dan keras • Antarmuka pengguna • Manajemen berkas • Pembajakan perangkat lunak dan Hukum HaKI 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan 3 kategori fundamental perangkat lunak dan hubungan kerjanya • Menjelaskanhubungan algoritma dan perangkat lunak • Mendiskusikan faktor-faktor yang membuat aplikasi komputer bermanfaat • Menjabarkan peran sistem operasi dalam sistem komputer modern • Menjabarkan bagaimana sistem berkas diorganisasikan • Outline evolusi antarmuka pengguna dari komputer purba hingga futuristik • Menjelaskan mengapa meng-kopi perangkat lunak tanpa ijin melawan hukum 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
4	Aplikasi Produktivitas Word Processing	<ul style="list-style-type: none"> • Perangkat-perangkat pendukung penulisan • Perangkat penulisan yang baru • Desktop publishing • Penerbitan tanpa bentuk cetak 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan bagaimana wordprocessing dan perangkat lunak desktop publishing mengucuh cara menulis dan menerbitkan tulisan • Mendiskusikan dampak potensial 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008

			<p>Desktop dan Web Publishing dalam konsep kebebasan pers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkirakan pengembangan word processing dan desktop publishing masa depan 	
5	Aplikasi Produktivitas Spreadsheet	<ul style="list-style-type: none"> • Perangkat lunak untuk simulasi dan spekulasi • Perangkat lunak statistik • Pemodelan dan simulasi komputer untuk mendapatkan resiko terukur 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan fungsi dan dasar dan aplikasi spreadsheet dan program statistik dan simulasi lainnya • Menjelaskan bagaimana komputer dapat digunakan untuk menjawab "apa yang akan terjadi bila..." • Menjelaskan bagaimana komputer digunakan sebagai perangkat simulasi sistem mekassis, biologis, dan sosial 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
6	Grafis, Media Digital, dan Multimedia	<ul style="list-style-type: none"> • Komputer grafis • Media dinamis • Hiperteks dan hipermedia • Multimedia interaktif • Penyusunan multimedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Membandingkan berbagai program grafis yang digunakan oleh seniman, fotografer, perancang, dll. • Menjelaskan bagaimana komputer mengubah profesional dan amatir bekerja dengan video, animasi, audio dan musik • Menjabarkan beberapa cara komputer digunakan • untuk menciptakan materi multimedia dalam seni, hiburan, pendidikan dan bisnis • Menjelaskan hubungan antara hipermedia dan multimedia dan menjabarkan aplikasinya masing-masing • Menjabarkan aplikasi teknologi multimedia masa kini dan masa datang 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
7	Aplikasi dan Implikasi Basis Data	<ul style="list-style-type: none"> • Dasar-dasar Basis Data • Sistem manajemen basis data • Kecenderungan basis data • Data komputer dan privasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan basis data dan menjabarkan struktur dasarnya • Mengidentifikasi jenis masalah yang dapat diselesaikan dengan perangkat lunak basis data • Menjabarkan jenis-jenis perangkat lunak basis data dari yang sederhana hingga yang kompleks • Menjabarkan operasi basis data menyimpan, menyusun, mengupdate, mencari dan meringkas informasi • Memberikan contoh cara-cara dimana basis data yang besar dan dapat mudah diakses membuat hidup paman dan lebih mudah • Menjelaskan bagaimana basis data dapat mengganggu privasi seseorang 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
8	UTS			
9	Networking, Telekomunikasi, dan Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Anatomi Dasar Jaringan • Komputing antar personal • Resiko online • Isi Internet • Isi Web • Isu internet: Dilema etis dan politis 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan teknologi yang mengizinkan terbentuknya telekomunikasi • Menjabarkan sifat dan fungsi LAN dan WAN • Mendiskusikan penggunaan dan implikasi e-mail, instant messaging, blogging, teleconferencing dan bentuk komunikasi online lainnya • Menjelaskan bagaimana internet diciptakan • Menjabarkan teknologi inti dari internet • Menjabarkan Teknologi yang menjadikan web sebagai media massa multimedia • Menjabarkan perangkat yang digunakan untuk membangun situs web • Mendiskusikan kecenderungan 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008

			<p>perubahan internet dan cara orang memanfaatkannya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mendiskusikan beberapa isu sosial dan politik yang muncul sejalan dengan pertumbuhan internet • Mendiskusikan berbagai cara pemerintah membatasi penggunaan internet 	
10	Keamanan dan Resiko-Resiko Komputer	<ul style="list-style-type: none"> • Kejahatan komputer, penjahat online • Keamanan komputer dan penekanan resiko • Keamanan, privasi, kebebasan dan etika • Keamanan dan keandalan • Pertanyaan manusia abad informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan beberapa jenis kejahatan komputer • dan mendiskusikan langkah dan teknik pencegahan kejahatan yang mungkin dilakukan • Menjabarkan isu utama keamanan yang terkait • pengguna komputer, administrator sistem komputer, dan pihak yang mempunyai kewenangan hukum • Menjelaskan keadaan dimana keamanan komputer terkait pada isu privasi personal 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
11	Komputer di Tempat Kerja, Sekolah dan di Rumah	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penggunaan komputer • Teknologi dan kualitas pekerjaan • Otomasi, globalisasi dan outsourcing • Pendidikan di abad informasi teknologi komputer di sekolah • Teknologi komputer di rumah 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan bagaimana komputer mengubah cara orang bekerja dipabrik, kantor, rumah, dan berbau industri • Menjabarkan berbagai cara komputer mengubah • kualitas pekerjaan positif dan negatif • Memperkirakan bagaimana masyarakat beradaptasi dengan semakin banyaknya pekerjaan dilakukan oleh komputer • Menjelaskan bagaimana abad informasi menempatkan kebutuhan-kebutuhan baru dalam sistem pendidikan • Menjabarkan cara komputer digunakan dalam kelas saat ini • Mendiskusikan keuntungan dan keterbatasan komputer sebagai alat instruksi • Menjabarkan peran komputer dalam rumah dan aktivitas leisure pada decade berikutnya 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
12	Sistem Informasi dalam Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem dan organisasi • Teknologi dan manajemen informasi • Perencanaan sistem informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan komponen-komponen sistem dan karakteristik sistem informasi • Mendiskusikan organisasi bisnis sebagai sistem dengan menggunakan model rantai nilai • Menjabarkan organisasi bisnis dari cara pandang model rantai nilai • Menjelaskan bagaimana sistem pengolahan transaksi digunakan untuk mendukung proses bisnis • Menjelaskan bagaimana enterprise resource planning mengubah aliran informasi di dalam dan antar organisasi bisnis • Menjabarkan cara-cara komputer mendukung pekerjaan manajer • Menjabarkan bagaimana organisasi bisnis dapat menggunakan teknologi informasi untuk bersaing dengan efektif dengan meningkatkan efisiensi dan layanan 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
13	Niaga Elektronik dan E-Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektif niaga elektronis • Intranet pendukung ecommerce • Ektranet penghubung aliansi bisnis • Koneksi pelanggan • Kebutuhan teknis niaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan fasa-fasa yang dilalui perusahaan menggunakan internet untuk bisnis • Menjabarkan bentuk-bentuk niaga elektronis • Menjabarkan tujuan, karakteristik dan penggunaan intranet dan ekstranet 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008

		elektronis • Isu etis	<ul style="list-style-type: none"> • Menjabarkan rancangan dan penggunaan situs web publik untuk mendukung transaksi bisnis pelanggan • Menjabarkan kebutuhan teknis niaga elektronik • Menjabarkan isu etis dalam niaga elektronik 	
14	Perancangan Sistem Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan program • Bahasa dan metoda pemrograman • Siklus hidup program • Ilmu pengetahuankomputing • Status perangkat lunak 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan proses perancangan, pemrograman, dan debugging program komputer • Menjelaskan mengapa ada banyak bahasa pemrograman dan memberikan contoh bahasa-bahasa tersebut • Menjelaskan mengapa bahasa komputerdibangun • dalam aplikasi, sistem operasi, dan utilitas • Outline langkah-langkah siklus hidup sistem informasi dan menjelaskan tujuan perawatan (maintance) program • Menjelaskan hubungan pemrograman komputer dengan ilmu komputer • Menjabarkan masalah yang dihadapi insinyur perangkat lunak untuk memperoleh sistem besar yang handal • Menjelaskan mangapa perusahaan perangkat lunak hanya memberikan garansi terbatas produk mereka 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
15	Intelegensia Artifisial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesin berpikir • Komunikasi bahasa alamiah • Basis pengetahuan dan Sistem pakar • Pengenalan pola • Revolusi robot • Implikasi aintelegensia artifisial 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan dua pendekatan dalam penelitian intelegensia artifisial • Menjabarkan masalah besar dalam intelegensia artifisial yang masih belum terpecahkan dalam berbagai penelitian • Menjabarkan beberapa aplikasi praktis intelegensia artifisial • Menjelaskan apa robot itu dan memberikan contoh apa yang dapat dan tidak dapat dilakukannya 	Beekman and Quinn, Tomorrow's Technology and You, 8th ed., Prentice Hall, 2008
16	UAS			

<KU 102x> Bahasa Inggris

Kode Matakuliah: KU 102x	Bobot sks: 2 SKS	Semester: 1 / Ganjil	KK / Unit Penanggung Jawab: ITB	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Bahasa Inggris			
	<i>English Language</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan keterampilan bagi mahasiswa untuk mampu membaca <i>scanning</i> , <i>skimming</i> , analitik, dan kritis			
	<i>The course provide students to be able to read through scanning, skimming, analytical, and critical</i>			
Silabus Lengkap	Pemahaman akan teks dan mengkritisi teks yang dibacalah bahasa lain menjadi hal penting untuk dikuasai oleh mahasiswa. Selain itu, dalam matakuliah ini juga dipejarkan teknik mengekspresikan pendapat terhadap teks yang dianalisis, teknik menyusun kalimat dan paragraf, serta menyusun makalah.			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> - Mampu membaca secara efektif - Mampu menganalisis teks - Bersikap kritis terhadap substansi teks yang dibaca - Mampu menyusun artikel dalam bahasa Inggris yang komunikatif, solid dan argumentatif 			
Matakuliah Terkait	-		-	
	-		-	
Kegiatan Penunjang				
Pustaka	Jason, P., Lefcowitz, A., <i>Creative Writer's Handbook</i> , 3 rd ed.			
Panduan Penilaian	Ujian, partisipasi aktif, tugas			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	An introduction to critical thinking	<i>Difference between memorizing, critical thinking and creative thinking are discussed and 8 active strategies in critical thinking are applied in a series of tasks.</i>	<i>Understanding the process of critical thinking in academic view.</i>	Selected readings by the teacher to introduce critical thinking.
2	Previewing and Annotating	<i>Getting important data from article (Economist)</i>	<i>Understanding some article and making summary</i>	<i>Article from Economist</i>
3	Summarizing and taking inventory	<i>Summarizing and elaborate into an academic written</i>	<i>Understanding some strategic for making an academic written based on</i>	-Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review
4	Analyzing argument	<i>Discussion from article</i>	<i>Understanding some argument from the article</i>	Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review
5	Comparing and Contrasting	<i>Discussion from article</i>	<i>Understanding important data from the article</i>	Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review -The Economist
6	Analyzing cause and effect	<i>Discussion from article</i>	<i>Understanding the relation within cause and effect</i>	Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review -The Economist
7	Mid Test			
8	Skimming, Scanning and Note taking	<i>Technique of Skimming, Scanning and note taking</i>	<i>Understanding a passage within short time</i>	Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review
9	Skimming, Scanning and Note taking II	<i>Exercise skimming, scanning and note taking</i>	<i>Understanding a passage within short time</i>	-Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review
10	Essay Writing	<i>Exercise</i>	<i>Elaborate the overall strategic</i>	-Writing Academic English (ITB Language Centre) -Harvard Business Review
11	Reading Review	<i>Discussion</i>	<i>Student able to make an academic written</i>	-Harvard Business Review -Writing Academic English (ITB Language Centre)
12	Reading Review	<i>Discussion</i>	<i>Student able to make an academic written</i>	-Harvard Business Review -Writing Academic English (ITB Language Centre)
13	Preparation in writing final project	<i>Preparation</i>	<i>An Academic Written</i>	
14	Preparation in writing final project	<i>Preparation</i>	<i>An Academic Written</i>	
15	Final Test			

<MA 1103> Matematika Bisnis I

Kode Matakuliah: MA 1103	Bobot sks: 3 sks	Semester: 3	KK / Unit Penanggung Jawab: -	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Matematika Bisnis I			
	<i>Business Mathematics I</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah Matematika Bisnis menekankan pada pemahaman dan kemampuan yang terdapat dalam keilmuan Matematika untuk menyelesaikan permasalahan bisnis dan ekonomi sehari-hari			
	<i>Business Mathematics will emphasise on the Mathematical concepts and skill in order to solve daily business and economics problems</i>			
Silabus Lengkap	Kuliah ini didesain untuk mempersiapkan mahasiswa dalam kaitannya dengan Kalkulus Bisnis. Mahasiswa akan diberikan pemahaman-pemahaman terkait dengan ilmu aljabar, eksponensial, persamaan logaritma, dan aplikasi matriks serta <i>geometric progression</i> .			
	This course is designed to prepare students for Business Calculus. Students will be provided with a rigorous study of algebraic, exponential, and logarithmic functions, applications of matrices and geometric progressions.			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Student master problem solving skills 2. Student learn to manipulate abstract symbols 3. Students learn and appreciate the rigorous use of deductive arguments in mathematics. 4. Students learn a broad spectrum of mathematical applications. 			
Matakuliah Terkait	-		-	
	-		-	
Kegiatan Penunjang	Class Lecturing Problems and Exercises			
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soo T. Tan, Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences., Brooks Cole, 10 ed, 2011 (Pustaka Utama) 2. Laurence Hoffmann, Gerald Bradley, Dave Sobecki, Michael Price , Applied Calculus for Business, Economics, and the Social and Life Sciences, Expanded Edition, McGraw-Hill Science/Engineering/Math; 11 edition (January 6, 2012). 			
Panduan Penilaian	UTS (35%), UAS (35%), Tugas (10%), Kuis (10%), Partisipasi (10%)			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Basic Algebra	<ul style="list-style-type: none"> - Brief Review of Algebra - Perform Basic Operations (Expressions, including factoring) 	Student understand about basic concept of Algebra and perform basic operations	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Appendix A
2	Stright Lines and Linear Function	<ul style="list-style-type: none"> - Cartesian Coordinate System - Straight Lines - Linear Functions and Mathematical Model 	Student understand about linear function and simple mathematical model	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 1
3	Matrices	<ul style="list-style-type: none"> - Multiplication of Matrices and Vectors - Inverse Matrices - Scalar Product 	Student understand about Matrix function	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 2
4	System of Linear Equations	<ul style="list-style-type: none"> - Linear Equations: Unique Solutions - Linear Equations: Undetermined and Overdetermined System 	Student perform linear equations to solve simple problem	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 2
5	Limit and Derivative	<ul style="list-style-type: none"> - Definition of limits - Derivative - Defferentials 	Student understand about derivative concept	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 3
6	Approximation of function	<ul style="list-style-type: none"> - Taylor expansion - Infinite Sequences - Infinite Series - Newton's Method 	Student understand about the application of approximation of functions	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 5
7	Optimization	<ul style="list-style-type: none"> - Relative and 	Student understand about	Calculus for Business, Economics,

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB Kur2013-{KB} Halaman 10 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB
Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.
Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

		<ul style="list-style-type: none"> - absolute extrema - First derivative test - Euler condition - Concavity - Convexity - Second derivative test - Elasticity of demand 	the application of optimization in business and economics	Life Science and Social Science: Chapter 5
8	Mid Test			
9	Integration 1	<ul style="list-style-type: none"> - Antidifferentiation - Integration by Substitution - The Definite Integral and The Fundamental Theorem of Calculus - Integration by part 	Student understand about the integration concept	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 5
10	Integration 2	<ul style="list-style-type: none"> - Applying Definite Integration Area Between Curves and Average Value - Additional Application to Business and Economics 	Student can perform integration concept for solving business and economic problem	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 5
11	Sets and Counting	<ul style="list-style-type: none"> - Sets and Operations - Venn Diagram - Permutation and Combination 	Student understand about Sets and operation concepts and their application	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 6
12	Probability	<ul style="list-style-type: none"> - Definition of probability - Rules of probability - Bayes' Theorem 	Student understand about probability concepts and Bayesian Theorem	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 7
13	Probability Distributions and Statistic 1	<ul style="list-style-type: none"> - The Binomial Distribution - The Normal Distribution - T distribution - Lognormal distribution 	Student understand about probability distributions	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 8
14	Probability Distributions and Statistic 2	<ul style="list-style-type: none"> - Distribution of Random Variables - Expected Values - Conditional Expectation - Total law of expectation - Variances and Standard Deviations 	Student understand about random variables, expected values, variance and standard deviation	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 8
15	Final Review			
16	Final Test			

<KU 1101> Rekayasa dan Desain I

Kode Matakuliah: KU 1101	Bobot sks: 2 sks	Semester: 1	KK / Unit Penanggung Jawab:	Sifat: [Wajib Prodi/Jalur]
Nama Matakuliah	Pengantar Rekayasa dan Desain I			
	Introduction to Engineering and Design I			
Silabus Ringkas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matakuliah ini memberikan pengantar mengenai rekayasa, desain, kriya, arsitektur, perencanaan kota dan wilayah, manajemen dan bisnis. 2. Dalam kuliah ini diberikan materi mengenai peran rekayasawan/ insinyur, desainer, arsitek, perencana kota dan wilayah, seniman, pengrajin (kriya), dan pebisnis/manager; aspek-aspek dan isu-isu kontemporer dalam rekayasa, desain, seni, kriya, arsitektur, perencanaan kota dan wilayah serta manajemen/bisnis dan keterkaitannya, langkah penyelesaian masalah, serta pentingnya multidisiplin dalam perekayasaan, penciptaan karya seni, desain, kriya, perancangan arsitektur, perencanaan kota dan wilayah, serta manajemen/bisnis. 			
Silabus Lengkap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matakuliah ini memberikan pengantar mengenai rekayasa, desain, kriya, arsitektur, perencanaan kota dan wilayah, manajemen dan bisnis. 2. Dalam kuliah ini diberikan materi mengenai peran rekayasawan/ insinyur, desainer, arsitek, perencana kota dan wilayah, seniman, pengrajin (kriya), dan pebisnis/manager; aspek-aspek dan isu-isu kontemporer dalam rekayasa, desain, seni, kriya, arsitektur, perencanaan kota dan wilayah serta manajemen/bisnis dan keterkaitannya, langkah penyelesaian masalah, serta pentingnya multidisiplin dalam perekayasaan, penciptaan karya seni, desain, kriya, perancangan arsitektur, perencanaan kota dan wilayah, serta manajemen/bisnis. 			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa memahami prinsip-prinsip sains, matematika, estetika, humaniora yang diterapkan dalam rekayasa, desain, perencanaan, penciptaan karya seni, manajemen/bisnis 2. Mahasiswa mengenal dan memahami cara berpikir dan bertindak rekayasawan, desainer, perencana, seniman dan pebisnis/manager 3. Mahasiswa mengenal isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan rekayasa, desain, perencanaan, seni dan manajemen/bisnis. 4. Mahasiswa mengenal aspek-aspek yang dipertimbangkan dalam rekayasa, desain, seni dan manajemen/bisnis, antara lain: ekonomi, lingkungan, sosial, multi disiplin, etika, estetika dan keselamatan. 5. Mahasiswa memahami pentingnya multidisiplin dalam rekayasa, desain, perencanaan, penciptaan karya seni dan manajemen/bisnis. 			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	-			
Pustaka	-			
Panduan Penilaian	Ujian Akhir Semester		60%	
	Ujian Tengah Semester		40%	
	Tugas dan quiz		-	
	Kehadiran		-	
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduksi mata kuliah PRD bagi bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan kuliah - Silabus - Peraturan dan tata tertib perkuliahan - Pentingnya Mata kuliah ini bagi mahasiswa SAPPK, FSRD dan SBM - Keluaran yang diharapkan dari Mata kuliah ini. 	Mahasiswa mengetahui tujuan, aturan dan tata tertib, kepentingan dan keluaran dari mata kuliah ini.	SBM, SAPPK, FSRD

2	Introduksi mata kuliah PRD bagi bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen	Posisi dan hubungan antara beragam ilmu dalam lingkup SAPPK, FSRD dan SBM.	<i>Mahasiswa dapat menjelaskan aspek rekayasa dan desain dalam lingkup bidang seni, desain, arsitektur, planning, bisnis, marketing/ kewirausahaan</i>	SBM, SAPPK, FSRD
3	Permasalahan dan cara kerja dalam rekayasa dan desain	Permasalahan dan cara kerja dari seniman, desainer, arsitek, perencana, pebisnis dan wirausahawan dalam rekayasa dan desain	<i>Mahasiswa dapat menerapkan proses penyelesaian masalah dalam lingkup bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen</i>	SBM, SAPPK, FSRD
4	Kegiatan dan sumber pengetahuan dalam rekayasa dan desain	Kegiatan dan sumber pengetahuan dari seniman, desainer, arsitek, perencana, pebisnis dan wirausahawan dalam rekayasa dan desain	<i>Mahasiswa dapat menjelaskan kegiatan dan sumber pengetahuan dari seniman, desainer, arsitek, perencana, pebisnis dan wirausahawan dalam rekayasa dan desain</i>	SBM, SAPPK, FSRD
5	Ukuran keberhasilan dan instrumen kerja dalam rekayasa dan desain	Ukuran keberhasilan dan instrumen kerja dari seniman, desainer, arsitek, perencana, pebisnis dan wirausahawan dalam rekayasa dan desain	<i>Mahasiswa dapat menjelaskan ukuran keberhasilan dan instrumen kerja dalam rekayasa dan desain di bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen</i>	SBM, SAPPK, FSRD
6	Pertimbangan (<i>consideration</i>) dalam rekayasa dan desain	Pertimbangan (<i>consideration</i>) dalam rekayasa dan desain yang mencakup: - Teknis - Ekonomi - Lingkungan - Sosial - Multidisiplin - Etika - Hukum - Politik	<i>Mahasiswa dapat menjelaskan pertimbangan (<i>consideration</i>) dalam rekayasa dan desain di bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen</i>	SBM, SAPPK, FSRD
7	Trends, tantangan dan peluang dalam rekayasa dan desain		<i>Mahasiswa dapat menjelaskan trends, tantangan dan peluang dalam rekayasa dan desain di bidang Perencanaan, Arsitektur, Desain, Seni Rupa, Bisnis dan Manajemen</i>	SBM, SAPPK, FSRD
8	UTS	-	-	
9	Rekayasa dan desain dalam lingkup SAPPK			SAPPK
10	Rekayasa dan desain dalam lingkup SAPPK			SAPPK
11	Rekayasa dan desain dalam lingkup SAPPK			SAPPK
12	Rekayasa dan desain dalam lingkup FSRD			FSRD
13	Rekayasa dan desain dalam lingkup FSRD			FSRD
14	Rekayasa dan desain dalam lingkup FSRD			FSRD
15	Diskusi dan kuliah penutup			SAPPK, FSRD
16	UAS			

<MB 1101> Pengantar Bisnis

Kode Mata kuliah: MB 1101	Bobot sks: 4 SKS	Semester: I / Ganjil	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Pengantar Bisnis <i>Introduction to Business</i>			
Silabus Ringkas	Inti ilmu manajemen dan kewirausahaan di SBM ITB adalah pemahaman tentang perilaku manusia berdasarkan budaya dan etika, kemampuan kepemimpinan, dan juga memiliki rasa kewirausahaan, serta teknologi. Pandangan ini akan menjadi dasar dari manajemen fungsional yang akan diajarkan, yang akhirnya dimasukkan ke dalam praktek dalam kegiatan manajemen dan bisnis. <i>The essence of management and entrepreneurship science at SBM ITB is the understanding of human behavior based on culture and ethics, leadership abilities, and also it has the sense of entrepreneurship, as well as technology. This view will be the basis of the functional management to be taught, which ultimately being put into practice in management and business activities.</i>			
Silabus Lengkap	Inti ilmu manajemen dan kewirausahaan di SBM ITB adalah pemahaman tentang perilaku manusia yang didasarkan pada budaya dan etika, kemampuan kepemimpinan, dan juga mempunyai warna kewirausahaan, serta akrab dengan teknologi. Pandangan ini akan menjadi dasar pada manajemen fungsional yang akan diajarkan, yang pada akhirnya akan dipraktekkan dalam kegiatan manajemen dan bisnis. Disamping itu disampaikan pemahaman model bisnis dalam upaya menciptakan nilai tambah dan menjaga kelangsungan hidup yang langgeng serta Memahami peran antara teknologi dan inovasi dalam bisnis dengan peningkatan daya saing. <i>The science of management and entrepreneurship at the SBM ITB focuses on understanding human behavior based on culture, ethics and leadership skills and acquiring entrepreneurial skills as well as technology awareness. This perspective becomes the foundation of management functions taught at the SBM ITB that will further be applied in the management and business activities. Besides, it is delivered understanding about the variety of business models to generate added values and to maintain sustainability and understanding the role of technology and innovation in doing business and improving competitive advantage.</i>			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk memahami ilmu manajemen dan kewirausahaan dalam gambar umum 2. Untuk memahami kekhasan ilmu manajemen dan kewirausahaan di SBM ITB 3. Untuk memahami fungsi manajemen dalam bisnis 4. Untuk memahami model bisnis dalam rangka menciptakan nilai tambah dan menjaga kelangsungan usaha 5. Untuk memahami pentingnya integrasi antara pengembangan bisnis dengan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni 6. Untuk memahami peran teknologi dan inovasi dalam bisnis dengan meningkatnya daya saing 			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	Simulasi bisnis, kunjungan industri, tugas individu dan tugas kelompok terkait aktivitas bisnis nyata.			
Pustaka	Gitman, and McDaniel, "The Future of Business", Pearson, 2008. ISBN -10: 0-324-53744- Schermerhorn, John R., "Introduction to Management", John Wiley & Sons, 2011. ISBN 978-0-470-64624-3			
Panduan Penilaian	Individual Assignment = 15% Group Assignment + Peer Review = 15% Business Simulation = 35% Final Test + Peer Review = 35%			
Catatan Tambahan	-			

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Introduction to Management Science and Business	- Class Introduction - Dinamic Business Environmemnt	Memahami secara umum silabus, manajemen dan bisnis	Gitman: Ch.1 Schermerhom: -
	Introduction to Management Science and Business			
	What is Business Management?	- Business - Management - Entrepreneurship	Memahami bisnis dan manajemen	Gitman: Ch 5 Schermerhom: Ch.1, Ch.2
	Small Enterprise Business Activities	Work Presentation		
2	Management Functions	- POACE	Memahami dan mampu mengidentifikasi Planning, Organizing, Actuating, Controlling and Evaluating	Gitman: - Schermerhom: Ch.1
	Comparing Big and Small Enterprises Business Activities	Work Presentation		
	Management Thought at SBM ITB	- History of Management Thought - History of SBM	Memahami sejarah pemikiran manajemen dan ilmu manajemen dan bisnis di SBM ITB	Gitman: - Schermerhom: Ch.2 History of SBM
	Management Thought	Class Discussion		
3	Business Models and Roles of Technology and Innovation in Business		Memahami model bisnis dan penerapan teknologi informasi serta inovasi dalam bisnis	Gitman: Ch 16 Schermerhom: -
	Management Future Challenge	Watching Movie and Class Discussion		
	Macro and Micro Economy		Memahami pengaruh aspek makro dan mikro ekonomi terhadap bisnis	Gitman: Ch.2 Schermerhom: -
	Macro and Micro Economy	Case Study / Class Discussion		
4	SWOT: Business Strategy and Environmental Change	SWOT Analysis	Dapat melakukan analisis SWOT	Gitman: - Schermerhom: Ch.8, Ch.9
	SWOT Analysis	Case Study		
	Elasticity	Definisi dan Jenis Elasticity	Dapat memahami teori elastisitas serta pengaruhnya terhadap bisnis	Gitman: Ch.2 Schermerhom: -
	Elasticity	Case Study		
5	Strategic Organizational Planning	Bentuk-Bentuk Organisasi dan perbedaannya	Memahami organisasi dan proses perancangan organisasi	Gitman: Ch.8 Schermerhom: Ch.9
	Organization Structure	Group Work		
	Marketing Management	STP and Marketing Mix	Memahami strategi dan bauran pemasaran	Gitman: Ch.12, Ch.13 Schermerhom: -
	STP and Marketing Mix	Group Work		
6	Human Capital Management: Motivating People	Teori HCM dan Motivasi	Memahami proses dan fungsi manajemen modal insani dan motivasi	Gitman: Ch.9, Ch.10 Schermerhom: -
	Motivation	Role Play		
	Business Simulation 1	Panduan Umum	- Mengenali dan Memahami praktik nyata bisnis - Memahami bahwa berbisnis itu mudah - Memahami bahwa berbisnis itu menguntungkan - Mampu melakukan proses penjualan	Modul
	Business Simulation 1	Group Work		
Business Simulation 2	Riset Pasar			
Business Simulation 2	Group Work			
7	Business Simulation 3	Perencanaan dan Pengorganisasian	- Mengenali dan Memahami praktik nyata bisnis - Memahami bahwa berbisnis itu mudah - Memahami bahwa berbisnis itu menguntungkan - Mampu melakukan proses penjualan	Modul
	Business Simulation 3	Group Work		
8-9	Business Simulation 4	Persiapan simulasi bisnis	- Mengenali dan Memahami praktik nyata bisnis - Memahami bahwa berbisnis itu mudah - Memahami bahwa berbisnis itu menguntungkan - Mampu melakukan proses penjualan	Modul
	Business Simulation 4	Group Work		
10	Business Simulation 5		- Mengenali dan Memahami praktik nyata bisnis - Memahami bahwa berbisnis itu mudah - Memahami bahwa berbisnis itu menguntungkan - Mampu melakukan proses penjualan	Modul
	Business Simulation 5	Group Presentation		
	Entrepreneurship		Memahami teori entrepreneurship dan contoh praktik	Gitman: Ch.6 Schermerhom: -
	Entrepreneurship	Class Sharing		
11	Manufacturing		Memahami proses	Gitman: Ch.11

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 15 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

	Management		manufaktur	Schemerhom: -
	Manufacturing Management	Case Study: Manufacture Engineering		
	Operation Management-	- Operation Process Chart, Flow Process Chart, Worker Machine Chart	Memahami dan mampu membuat peta-peta operasi	Gitman: Ch.11 Schemerhom: -
	Operation Process Chart, Flow Process Chart, Worker Machine Chart	Case Study		
12	Operation Management	- Quality - Cost - Delivery	Memahami konsep QCD	Gitman: Ch.11 Schemerhom: -
	Operation Process Chart, Flow Process Chart, Worker Machine Chart	Presentation		
	Inventory Management	EOQ (Economic Order Quantity)	Memahami dan mampu menghitung EOQ	Gitman: Ch.11 Schemerhom: - EOQ
	EOQ	Problem Practice		
13	Financial Management: Company Performance Appraisal	Company Performance Appraisal	Memahami dan mampu menghitung financial performance	Gitman: Ch.18. Ch.19 Schemerhom: -
	Company Performance Appraisal	Problem Practice		
	Financial Management: Time Value of Money	Time Value of Money	Memahami dan mampu menghitung Time Value of Money	Gitman: Ch.18. Ch.19 Schemerhom: - Time Value of Money
	Time Value of Money	Problem Practice		
14	Financial Management: Investation Feasibility	- Net Present Value - IRR - Payback Period	Memahami dan mampu menghitung kelayakan bisnis dengan 3 indikator kelayakan.	Gitman: Ch.18. Ch.19 Schemerhom: - Investation Feasibility
	Investation Feasibility	Problem Practice		
15	COMPANY VISIT			
16	UAS			

<MB 1102> SeniPentasdanPenampilan

KodeMatakuliah: MB 1102	Bobotsks: 4 SKS	Semester: II / Genap	KK / Unit PenanggungJawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	SeniPentasdanPenampilan			
	<i>Performing Arts</i>			
SilabusRingkas	Memberikanketrampilanuntukmenyusununsur-unsurartistikpenampilandiri, gunapencapaianrealisasidiri yang lebihberkualitas.			
	<i>How to compose the artistic potent of the Self to attain higher self-realization.</i>			
SilabusLengkap	Memberikanketrampilanuntukmenyusununsur-unsurartistikpenampilandiri, gunapencapaianrealisasidiri yang lebihberkualitas.Mata kuliahini mengajarkannya mahasiswa mengenai aspek-aspek penting dalam seni pentas dan penampilan sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri dari mahasiswa. Aspek-aspek tersebut meliputi bagaimana cara mengekspresikan diri, berkreasialam mengembangkan produk dan kostum, tata rias, menulis naskah cerita, merancang pentas, pentas di muka umum, dan bagaimana mengatur suatu pertunjukan sehingga sukses.			
	<i>How to compose the artistic potent of the Self to attain higher self-realization. This course teaches students about the important aspects of the performing arts and appearance so as to increase the confidence of students. These aspects include how to express themselves, be creative in developing products and costumes, makeup, writing stories, designing the stage, perform in public, and how to organize a show so successful.</i>			
Luaran (Outcomes)	Setelah mengikuti kuliah ini, diharapkan mahasiswa mampu menerapkan unsur-unsur artistik seni pentas dan penampilan, yakni Emotional Quotient, Speech Act dan Performative Communication, untuk mencapai bentuk realisasi diri yang lebih berkualitas.			
Matakuliah Terkait	Kepemimpinan dan praktik manajemen			
Kegiatan Penunjang	Pentas			
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daniel Goleman. 1997. Emotional Intelligence versi Indonesia, PT Gramedia, Jakarta. 2. Danah Zohar dan Ian Marshall. 2001. SQ: Spiritual Intelligence-The Ultimate Intelligence versi Indonesia, Penerbit Mizan, Bandung. 3. Prof. Dr. S.C. Utami Munandar. 1999. Kreativitas dan Keberbakatan, PT Gramedia, Jakarta. 4. Julia Cameron. 2004. Meniru Kreativitas Tuhan versi Indonesia, Mizan Media Utama, Bandung. 5. Todd Siler. 1997. Berpikir ala Einstein versi Indonesia, Mizan Media Utama, Bandung. 6. Sekolah Para Juara. 2002. Multiple Intelligence in the Classroom, versi Indonesia, Mizan Media Utama, Bandung. 7. Gerry Spence. 2001. Seni Berargumentasi dan Menang Setiap Saat, Pt Gramedia, Jakarta. 8. Larry May dkk. 2001. Etika Terapan II, Sebuah pendekatan multicultural, ed., PT Tiara Wacana, Yogya. 9. Ralph Manheim. 1996. Koleksi Lengkap Cerita Grimm, jilid I & II, Penerbit Arya Setaka, Jakarta. 10. David Graddold dan Joan Swann. 2003. Gender Voices, Penerbit Pedati, Pasuruan. 11. Larry Dosey, M.D. 2003. Healing Beyond the Body, Interaksara, Batam Centre. 12. Philip Adams & Patrice Newell. 1995. The Penguin Books of Jokes from Cyberspace, , Australia. 13. Max Edwards. The Joke Book, Good Will Publishing House, India, Fax :91-11-5763428 14. Richard D. Lewis. 2004. Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, PT Remaja Rosdakarya, Bandung. 15. Albert Camus dkk. 2002. Menulis itu Indah, Penerbit Jendela, Yogyakarta. 16. Melanie Anne Philips & Chris Huntley. 2001. Dramatica : A New Theory of Story, Internet. 			
Panduan Penilaian	Ujian Tengah Semester 30% Ujian Akhir Semester 30% Tugas 30% Presentasi dan diskusi 10%			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	To express and experiencing emotion aesthetically	Pengertian Umum Fenomena Emosi Artistik Manusia	Mahasiswa memahami fenomena Artistik Manusia	Emotional Intelligence, Daniel Goleman
2	Group Presentation for Artistic Picture Creation	Ragam Pengungkapan Emosi Manusia Perbedaan Percampuran, mutasi, variasi dan nuansa emosi	Mahasiswa dapat mengekspresikan emosi sesuai perannya	Kreasifoto Ragam Situasi emosional dalam perbedaan habit, lingkungan, profesi, tekanan sosial
3	Group Presentation for Artistic Picture Creation	Ragam Pengungkapan Emosi Manusia Perbedaan Percampuran, mutasi, variasi dan nuansa emosi	Mahasiswa dapat mengekspresikan emosi sesuai perannya	Kreasifoto Ragam Situasi emosional dalam perbedaan habit, lingkungan, profesi, tekanan sosial
4	To Create Product by a Trigger : a Thinking Design	Mendeskripsikan produk dengan merealisasikan gagasan ideal Mendesain produk meliputi unsur : Fungsi, Bentuk, Keunggulan, Bahan, Mutu, Harga	Mahasiswa dapat mendeskripsikan dan merealisasikan gagasan ideal dan produk	Kreativitas & Keberbakatan Utami Munandar Berpikir ala Einstein, Todd Siller
5	Group Presentation on Imagined Product	Berbagai Gaya Design Produk Ideal untuk merealisasikan kebutuhan konsumen Style and Space dalam Speech Act	Mahasiswa dapat memahami dan merealisasikan kebutuhan sesuai permintaan konsumen	Realisasi Produk dari Imajinasi Konsumer
6	Creativity	Menumbuhkan fleksibilitas perspesitentang suatu objek; Penerapan kreativitas lewat metode bisosiasi "Dua Kata"	Menumbuhkan kreatifitas mahasiswa	Seni Berargumentasi dan menantang setiap saat, Gerry Spence
7	Creating pair-device with dual-purpose	Praktek "speech-act" dengan kemasan : launching-parties, product demos, customer fest	Menciptakan kemampuan mahasiswa dalam praktek "speech-act"	Etika Terapan, Larry May
8	Ujian Tengah Semester			
9	Reception Test from "FAME" a musical film	Mengidentifikasi persoalan khas dalam kehidupan urban Mengidentifikasi kaitan karakter dengan latar belakang sosial-budaya yang berbeda	Memiliki kepekaandalan dalam analisis persoalan khas dalam kehidupan urban dengan latar belakang budaya yang berbeda	Gender Voices, David Graddoll and Joan Swann
10	Creating Humor	Humor sebagai kreativitas logika, bahasa dan tuturan	Mahasiswa memiliki rasa humor yang diimplementasikan secara tepat	Healing Beyond the Body, Larry Dossey Jokes from Cyberspace, Philip Adams The Joke Book, Max Edwards
11	Creating Funny Characters through Humorous Lyrics	Eksplorasi kreativitas bahasa dalam humor eksibilitas; Persepsi; Menulis lirik lagu bernuansa Humor	Mahasiswa memiliki rasa humor yang diimplementasikan secara tepat	Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Richard D. Lewis
12	Method to write short version of Musical Performance	Presentasi Video Film Musikal Penyerapan aspek aspek performatif dan visualisasi pertunjukan musik	Mahasiswa memahami aspek performative dan visualisasi	Menulis itu Indah, Albert Camus dkk
13	Writing Short Musical Script	Menulis format short-version of musical play	Mahasiswa mampu menulis script drama musical berdurasi singkat	Dramatic : A New theory of Story, Melanie Anne Philips and Chris Huntley
14	Casting, Rehearse and Play Production Preparation	Dramatic Role-Playing Penguasaan Artistic tools for staging preparation	Mahasiswa memahami aspek aspek dalam persiapan <i>staging</i>	
15	Class Progress Monitoring Group Intensive rehearsal (Pre-Final Scoring)			
16	Presentasi Mahasiswa Scoring and Evaluation by Lecturer			

SEMESTER II

<MB 1201> Statistika Bisnis

Kode Matakuliah: MB 1201	Bobot sks: 3 SKS	Semester: II / Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Statistika Bisnis <i>Business Statistics</i>			
Silabus Ringkas	Statistika sebagai alat atau metodologi dalam mengumpulkan data, menganalisa data dan membuat kesimpulan, bermanfaat bagi pengambil keputusan untuk membuat keputusan, membuat perencanaan, atau memahami sejumlah angka yang terkait dengan bisnis yang dilakukan. <i>Statistics as a tool or methodology in collecting data, analyse data, and make a conclusion (inferential), will benefit decision makers to decide, create a plan or understand the stories behind numbers.</i>			
Silabus Lengkap	Statistika adalah cabang dari matematika yang mengubah angka menjadi sejumlah informasi yang berarti bagi pengambil keputusan. Statistika memberikan sejumlah cara untuk memahami dan mereduksi (tanpa menghilangkan) variasi, yang merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. Statistika juga dapat memberikan informasi mengenai resiko yang terkait dengan pengambilan keputusan. Informasi tersebut diperoleh dari sejumlah metoda yang terdapat di mata kuliah Statistika, dari mulai cara menganalisa data, menemukan pola dari data dan menentukan apakah ada perbedaan dari data dan apakah data tersebut merupakan hasil keberuntungan semata. Seiring dengan itu, dalam mata kuliah ini juga akan dipelajari kondisi-kondisi bersyarat untuk penggunaan metoda tertentu. <i>Statistics is the branch of mathematics that transforms numbers into useful information for decision makers. Statistics provides a way of understanding and then reducing – but not eliminating – the variation that is part of any decision-making process, and also can tell you the known risks associated with making a decision. Statistics does this by providing a set of methods for analysing the numbers, then find patterns in 'the numbers and determine whether differences in 'numbers' are due to chance. As learning this methods, student will also learn the appropriate conditions for using those methods.</i>			
Luaran (Outcomes)	Memahami konsep dasar dari statistika Memahami solusi dari berbagai permasalahan bisnis dengan menggunakan konsep statistika Mampu mengoperasikan alat bantu statistika (seperti SPSS atau EXCEL)			
Matakuliah Terkait	Matematika Bisnis I	prasyarat		
Kegiatan Penunjang	Latihan soal dan kasus			
Pustaka	Levine, David, M., Timothy C., Krehbiel and Mark L. Berenson., 2003, <i>Business Statistics : A First Course</i> . Fifth Edition. Pearson Education International (<i>Pustaka utama</i>)			
Panduan Penilaian	Ujian (35 %), Tugas (35%), Partisipasi Mahasiswa (15 %), Kerja Kelompok (15 %)			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan (<i>Introduction</i>)	Penjelasan agenda mata kuliah, Klasifikasi data, Jenis data dan Bagaimana mempresentasikan data	Kuliah, diskusi kelas, kasus	Chapter 1,2; Levine, 2003
2	Deskripsi Pengukuran Numerik (<i>Numerical Descriptive Measures</i>)	Kecenderungan pusat, variasi, bentuk sebaran data, kovariansi, koefisien korelasi	Kuliah, latihan soal	Chapter 3; Levine, 2003
3	Peluang (<i>Probability</i>)	Konsep dasar peluang, Peluang bersyarat, <i>Bayes's Theorem</i> , distribusi peluang diskrit (<i>binomial, discrete</i>)	Kuliah, latihan soal	Chapter 4,5; Levine, 2003
4	Distribusi Normal (<i>Normal Distribution</i>)	Distribusi peluang kontinu, Normalitas dan distribusi sampling	Kuliah, latihan soal	Chapter 6; Levine, 2003
5	Sampling dan Distribusi Sampling (<i>Sampling and Sampling Distribution</i>)	Metoda pengambilan sampel dan distribusi sampling	Kuliah, diskusi kelas	Chapter 7; Levine, 2003
6	Survei (<i>Survey</i>)	Desain kuesioner, validasi dan reliabilitas dari hasil pengukuran dengan menggunakan kuesioner	Kuliah, praktikum kelompok, kasus hasil survei	Chapter 7; Levine, 2003 SPSS or Excel Manual
7	Estimasi (<i>Estimation</i>)	Interval kepercayaan untuk rata-rata (σ diketahui dan tidak diketahui), menentukan jumlah sampel	Kuliah, latihan soal	Chapter 8; Levine 2003
8	Kajian Ulang dan Latihan Soal	Pembahasan materi Statistika Deskriptif dan Estimasi	Diskusi kelas, latihan soal dan kasus	Chapter 1,2,3,4,5,6,7,8;

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 19 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

				<i>Levine 2003</i>
9	Dasar pengujian Hipotesis (<i>Fundamental Hypothesis Testing</i>)	Z-tes untuk pengujian hipotesis pada σ diketahui dan tidak diketahui, <i>one-tail</i> tes, Z-tes untuk proporsi	Kuliah, latihan soal	Chapter 9; <i>Levine, 2003</i>
10	Pengujian untuk dua sampel (<i>Two Sample Tests</i>)	Membandingkan rata-rata dari dua populasi bebas, dua populasi yang berhubungan, dan proporsi dari dua populasi.	Kuliah, latihan soal	Chapter 10; <i>Levine, 2003</i>
11	ANOVA	<i>One Way Anova, Tukey Kramer</i>	Kuliah, latihan soal	Chapter 10; <i>Levine, 2003</i>
12	<i>Chi-Square Tests</i>	Uji beda untuk dua proporsi, lebih dari dua proporsi, pengujian independensi	Kuliah, latihan soal	Chapter 11; <i>Levine, 2003</i>
13	Regresi Linier Sederhana (<i>Simple Linear Regression</i>)	Tipe dari regresi, Persamaan regresi, Variasi dan Inferensi dari kemiringan, Koefisien korelasi	Kuliah, latihan soal	Chapter 12; <i>Levine, 2003</i>
14	Regresi berganda (<i>Multiple Regression</i>)	Model regresi berganda, r^2 , <i>adjusted r^2</i> , F-tes, analisa residual	Kuliah, latihan soal	Chapter 13; <i>Levine, 2003</i>
15	Kajian Ulang dan Latihan Soal	Pembahasan materi Statistika Inferensial	Diskusi kelas, latihan soal dan kasus	Chapter 9,10,11,12,13, <i>Levine 2003</i>

<MB 1202> Kajian Tataan Masyarakat

Kode Matakuliah: MB1202	Bobot sks: 4 SKS	Semester: II / Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Kajian Tataan Masyarakat			
	<i>Study of Human Societies</i>			
Silabus Ringkas	Kajian Tataan Masyarakat adalah mata kuliah yang menelaah aspek budaya dan sosial manusia yang mempengaruhi bagaimana manusia berpikir dan bertindak			
	<i>Study of Human Societies is a study about cultural and social aspects of human being that affect how human think and behave</i>			
Silabus Lengkap	Kajian Tataan Masyarakat merupakan mata kuliah yang secara khusus mempelajari manusia sebagai individu dan masyarakat dalam konteks budaya dan relasi sosialnya, di mana segala perilaku manusia itu dapat dipahami sebagai bentukan dan pengaruh dari budaya yang dimilikinya sebagai bentuk interpretasi dan respon terhadap lingkungan. Pemahaman tentang aspek budaya dan sosial ini diharapkan akan mendorong manusia untuk mengembangkan empati terhadap orang lain dan masyarakat lain yang memiliki latar belakang budaya berbeda.			
	<i>Study of Human Societies is a course that specially study human being as individual and community/society in his cultural and social context, considering that every human behavior can be understood as shaped and affected by culture had by human being as form of interpretation and response to environment(s). Understanding cultural and social aspects will hopefully encourage the students to develop empathy to other people and other community/society whose different cultural backgrounds.</i>			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa memahami apa itu budaya dan pengaruhnya terhadap aktivitas diri manusia - Mahasiswa mengembangkan empati terhadap orang lain dan masyarakat yang berlatar belakang budaya yang berbeda dengan dirinya - Mahasiswa tahu dan dapat menerapkan metode penelitian kualitatif etnografis 			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	Ekskursi			
Pustaka	Rudito, B. & A. Wisesa. 2009. <i>Kajian Tataan Masyarakat</i> . Bandung: Penerbit ITB Kottak, C.P. 2008. <i>Anthropology: The Exploration of Human Diversity</i> , 12 th ed. New York: Mc.Graw-Hill Schaefer, R.T. 2006. <i>Sociology: A Brief Introduction</i> , 6 th ed. New York: McGraw-Hill			
Panduan Penilaian	Tugas 65% (Tugas Individu = 10%; Tugas Kelompok = 5%; Laporan Ekskursi Individu = 20% Laporan Ekskursi Kelompok = 30%) Ujian Tengah Semester = 15% Ujian Akhir Semester = 20%			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan perkuliahan - Agenda perkuliahan - Rencana perkuliahan - Sistem penilaian 	Memahami garis besar perkuliahan	Silabus
2	Masyarakat Manusia	- Suku Bangsa dan Kebudayaan	Memahami hubungan dan perbedaan konsep suku bangsa dan kebudayaan	Rudito & Wisesa; Schaefer
3	Masyarakat Manusia	- Pola Hidup dan Kebudayaan	Memahami bentuk-bentuk pola hidup masyarakat	Rudito & Wisesa; Schaefer
4	Masyarakat Manusia	- Pluralitas dan Multikulturalitas	Memahami paradigma masyarakat plural dan multikultural	Rudito & Wisesa
5	Manusia dan Kebudayaan	- Konsep Kebudayaan	Memahami konsep kebudayaan	Rudito & Wisesa; Kottak
6	Manusia dan Kebudayaan	- Unsur Kebudayaan Universal	Memahami tujuh unsur kebudayaan universal dan hubungan antara unsur tersebut dengan lingkungan dan pemenuhan kebutuhan manusia	Kottak
7	Pranata Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Pranata Sosial - Status dan Peran - Konflik Peran 	Memahami konsep pranata sosial dan bentuk-bentuk pranata sosial	Rudito & Wisesa; Schaefer
8	Sistem Kekerabatan	<ul style="list-style-type: none"> - Keluarga dan Rumah Tangga - Terminologi Kekerabatan - Pernikahan - Pola Pernikahan - Pola Keturunan - Aliansi Keluarga 	Memahami pola-pola kekerabatan dan bentuk aliansi antar keluarga	Rudito & Wisesa; Kottak; Schaefer
9	Pertukaran	<ul style="list-style-type: none"> - Pertukaran Informasi dan Pengetahuan - Pertukaran Barang dan Jasa - Pertukaran Manusia 	Memahami bentuk-bentuk pertukaran sebagai upaya pemenuhan kebutuhan manusia	Rudito & Wisesa; Kottak

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB

Kur2013-{KB}

Halaman 21 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

10	Pertukaran	- Gift - Kula Ring - Pakaian Raffia	Memahami bentuk-bentuk sistem produksi, distribusi, dan konsumsi terkait dengan upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia	Rudito & Wisesa; Kottak
11	Agama dan Religi	- Agama dan Magic - Sakral dan Profan - Sistem Kepercayaan	Memahami konsep sakral dan profan dan kaitannya dengan pemahaman manusia terhadap dunia	Rudito & Wisesa; Kottak
12	Agama dan Religi	- Manusia dan Kekuatan Supranatural - Bentuk-bentuk Keyakinan Keagamaan	Memahami asal mula bentuk kepercayaan atau agama	Rudito & Wisesa; Kottak
13	Agama dan Religi	- Ritual Keagamaan - Rites de Passage - Sistem Tabu	- Memahami bentuk-bentuk ritual keagamaan dan ritual-ritual yang menyertai momen peralihan pada hidup manusia	Rudito & Wisesa; Kottak; Schaefer
14	Pengetahuan dan Teknologi	- Sistem Pengetahuan - Sistem Teknologi	Memahami konsep pengetahuan dan teknologi dalam konteks budaya dan masyarakat	Rudito & Wisesa; Kottak
15	Kesenian	- Kesenian - Bentuk-bentuk kesenian	Memahami konsep kesenian dan bagaimana konsep itu lahir dalam konteks budaya	Rudito & Wisesa; Kottak
16	Difusi Budaya	- Difusi Budaya - Inkulturasi, Akulturasi, dan Asimilasi - Modernisasi - Globalisasi	Memahami bagaimana persebaran budaya terjadi melalui mekanisme-mekanisme tertentu	Rudito & Wisesa; Kottak
17	Kekuasaan, Dominasi Kuasa, dan Otoritas	- Mekanisme Kuasa - Otoritas dan Kuasa	Memahami bagaimana otoritas dan kuasa bermain di dalam tatanan masyarakat	Rudito & Wisesa; Kottak; Schaefer
18	Gender	- Gender dan Seksualitas - Gender: Status & Peran Sosial	Memahami konsep gender, perbedaannya dengan seksualitas, dan bagaimana gender didefinisikan sebagai status dan peran sosial	Rudito & Wisesa; Kottak; Schaefer
19	Gender	- Diskriminasi Gender - Emansipasi Gender	Memahami bagaimana diskriminasi terjadi atas dasar gender dan upaya kritik terhadap diskriminasi gender	Rudito & Wisesa; Kottak; Schaefer
20	Indigeneous Knowledge	- Indigeneous Knowledge	Memahami konsep indigeneous knowledge dan bagaimana hal itu dapat muncul	Kottak
21	Multikulturalisme dan Nasionalisme	- Multikulturalisme - Nasionalisme	Memahami konsep nasionalisme terbentuk dan perjuangan menuju masyarakat multikultur	Schaefer
22	Ekskursi	- Definisi dan Pengertian - Topik-topik Penelitian	Memahami topik-topik penelitian yang dilakukan di dalam ekskursi	Rudito & Wisesa, Modul Ekskursi
23	Ekskursi	- Metode Penelitian	Memahami dan melatih bagaimana melakukan penelitian etnografis	Rudito & Wisesa, Modul Ekskursi
24	Ekskursi	- Persiapan Akhir	Memastikan bahwa ekskursi dapat dilakukan	Modul Ekskursi
25	Ekskursi	- Ekskursi	Melaksanakan kegiatan penelitian etnografis di desa	Modul Ekskursi
26	Ekskursi	- Penulisan Laporan Ekskursi	Menuliskan hasil laporan ekskursi	Modul Ekskursi
27	Konsep Budaya Kontemporer	- Kebudayaan dan Konteks Kontemporer	Memahami bagaimana perkembangan konsep kebudayaan dan bentuk konsep kebudayaan kontemporer	Kottak
28	Kebudayaan dan Orientasi Nilai Budaya	- Orientasi Nilai Budaya	Memahami bentuk-bentuk orientasi nilai budaya yang ada di masyarakat	Rudito & Wisesa

<MB 1203> **Kepemimpinan dan Praktik Manajemen (P)**

Kode Matakuliah: MB 1203	Bobot sks: 3 SKS	Semester: IV / Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Kepemimpinan dan Praktik Manajemen			
	<i>Leadership and Management Practice</i>			
Silabus Ringkas	<p>Matakuliah ini dimaksud untuk memberikan mahasiswa pengalaman nyata dalam bekerja sama, sehingga mahasiswa bukan sekedar paham tetapi juga merasakan apa yang dimaksud dengan proses manajemen, terutama yang berhubungan dengan kepemimpinan, organisasi dan konflik. Tentunya berbagai persoalan manajemen lain juga akan muncul sehingga matakuliah ini merupakan suatu pengantar bisnis dari sisi pengalaman.</p> <p><i>This course is to bring students into a real experience where they didn't merely understand, but also experience the processes of management, especially leadership, organization and conflicts. Many other management problems will arise so this course is also an experiential introduction to business.</i></p>			
Silabus Lengkap	<p>Matakuliah ini disusun sebagai suatu 'pembelajaran dengan cara mengalami' dimana mahasiswa diharuskan mengambil peran dalam penyelesaian suatu proyek. Pada saat awal suatu tantangan diungkapkan dan mahasiswa diharuskan untuk mengikuti proses. Mahasiswa didorong untuk merumuskan suatu prakarsa proyek di luar pilihan pementasan, menyatakan prakarsanya dan menggalang dukungan dari teman-temannya. Proses selanjutnya adalah penyusunan kelompok kerja untuk membuat rangkaian kegiatan untuk melaksanakannya. Memasuki tahap pelaksanaan, mahasiswa diminta untuk menentukan suatu organisasi. Dengan organisasi ini, mahasiswa melaksanakan seluruh kegiatan yang mereka rencanakan sampai selesai. Dalam setiap tahapan proses, diadakan proses pembelajaran yang bersifat pembekalan atau perumusan pengalaman. Materi pembelajaran yang disampaikan adalah proses manajemen umum, teknik rapat, kepemimpinan, pengorganisasian, konflik, dan materi lain yang dibutuhkan oleh mahasiswa.</p> <p><i>This course is designed as an 'learning by doing' process. Students are obliged to take role in completing a project. Initially students are challenged and they have to follow a process. Students should propose a project as a complementary activity to the play, they should present their idea and organize classmate support. The subsequent process is to organize teams to plan the activities. To implement the plan, students should develop an organization that encompasses all groups. Having an organization, students should realize the plan. Within the process learning sessions is organize both to guide or to debrief students. The course materials are the general management process, meeting techniques, leadership, organizing, conflict, and other materials needed.</i></p>			
Luaran (Outcomes)	<p>Pada akhir program pembelajaran, mahasiswa dihadapkan dapat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyampaikan pendapatnya dengan jelas; ▪ Menyelesaikan semua proyek dengan baik dan benar; ▪ Menyelesaikan semua konflik dan menggambarkan cara penyelesaiannya; ▪ Memahami konsep kepemimpinan dengan menunjukkan berbagai ilustrasi tentang persoalan kepemimpinan yang pernah dialami; ▪ Menyelenggarakan rapat dengan baik. 			
Matakuliah Terkait	Seni Penampilan dan Pentas	Prasyarat		
	Psikologi dan Perilaku Organisasi	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Berlatih untuk pementasan, penyiapan kegiatan, rapat-rapat persiapan dan pelaksanaan di lapangan			

<i>Pustaka</i>	Montana, (2008), Management, Edisi 4, New York: Barrons (<i>Pustaka utama</i>) Robbins & Coulter, (2009), Management, Edisi 10, New Jersey: Prentice Hall (<i>Pustaka utama</i>)
	http://www.docstoc.com/docs/69390152/POAC-is-basic-concept-of-management Hay Group, (2010), Effective Leadership, Mimeo http://www.teamexpansion.org/brigguy/followership/team_member_form.htm (<i>Pustaka pendukung</i>)
	Walsh, (2003), http://adrianwalsh.com.au/followership.htm Edwards, (2010), http://www.omafra.gov.on.ca/english/rural/facts/05-035.htm Heathfield, http://humanresources.about.com/od/workrelationships/a/difficultpeople.htm (<i>Pustaka pendukung</i>)
<i>Panduan Penilaian</i>	Kuis 70%, dilakukan di sekitar 5 sesi. Penilaian rekan 30%
<i>Catatan Tambahan</i>	

No	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar	Target Pembelajaran Peraturan kelas	Memahami proses belajar yang akan dilalui	
2	Proses Manajemen Umum	Daur-ulang manajemen Pelaksanaan Hal yang harus dikerjakan dan dihindarkan	Memahami perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian	http://www.docstoc.com/docs/69390152/POAC-is-basic-concept-of-management Montana, Bab 6
3	Kepemimpinan	Kepemimpinan dalam konteks Cara meningkatkan efektifitas	Memahami kualitas kepemimpinan masing-masing dan cara meningkatkan kualitas	Hay Group Montana, Bab 16
4	Pemimpin dan Pengikut	Perbedaan antara Pemimpin dan Pengikut Kepemimpinan seorang Pengikut	Memahami posisi dan peluang untuk pengembangan kualitas kepemimpinan masing-masing	http://www.teamexpansion.org/brigguy/followership/team_member_form.htm
5	Identifikasi Konflik	Definisi Konflik Pemetaan Konflik	Mampu mengidentifikasi sumber konflik Mampu memetakan konflik	Barron, Bab 19
6	Penyelesaian Konflik (P)	Mediasi Negosiasi	Mampu mengusulkan strategi penyelesaian	Barron, Bab 19
7	Ujian Tengah Semester			
8	Kelompok dan Organisasi	Perbedaan Kelompok dengan Organisasi Meningkatkan Kelompok menjadi Organisasi	Menggambarkan keadaan kelompok Mengusulkan langkah untuk pengorganisasian	Barron, Bab 16
9	Pengorganisasian (P)	Pengertian Job Description Pengorganisasian berdasarkan tujuan	Mampu mengidentifikasi kemacetan karena Job Description Mengusulkan langkah untuk mengembangkan organisasi	Robbins & Coulter, Bab 9 Barron, Bab 11

10	Teknik Rapat	Jenis Rapat Hasil Rapat	Memahami cara membuat rapat yang efektif	http://www.omafra.gov.on.ca/english/rural/facts/05-035.htm
11	Persiapan Rapat (P)	Praktik	Memahami cara mengatasi gangguan dalam rapat	www.unce.unr.edu/publications/files/cd/other/fs9729.pdf http://www.effectivemeetings.com/teams/difficult/mitigating.asp
12	Disiplin dan Pelanggarnya			
13	Topik sesuai kebutuhan			
14	Topik sesuai kebutuhan			
15	Topik sesuai kebutuhan			

<KU 1011> **Tata Tulis Karya Ilmiah**

Kode Matakuliah: KU 1011	Bobot sks: 2 SKS	Semester: II / Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: ITB	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Tata Tulis Karya Ilmiah			
Silabus Ringkas	Mahasiswa mendapatkan materi ejaan, tata kata, tata kalimat, paragraph artikel, proposal, perancangan laporan, penyusunan kerangka, komponen laporan, serta konvensi laporan			
Silabus Lengkap	Dengan mata kuliah ini, mahasiswa dibekali pengetahuan dan kemampuan untuk menunangkan gagasan dalam bentuk laporan kerja praktik melalui Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Materi yang disampaikan berupa ejaan, tata kata, tata kalimat, paragraph, artikel, proposal, perancangan laporan, penyusunan kerangka, komponen laporan serta konvensi laporan			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa mampu menuangkan ide ke dalam tulisan dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang				
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alwi Hasan.et.al. 1998. <i>Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia</i>. Jakarta : Balai Pustaka, 2. Depdikbud. RI. 2000. <i>Kamus Umum Bahasa Indonesia</i>. Jakarta ; Balai Pustaka. 3. Keraf, Gorys. 1998. <i>Komposisi</i> . Ende Flores : Nusa Indah 4. Sosiokomunikasi, KK Ilmu Kemanusiaan, FSRD-ITB 2008. <i>Metode Penulisan Ipteks</i>. Bandung Penerbit ITB. 5. Depdikbud RI.1997. <i>Pedoman Umum Ejaan yang Disempurnakan</i>. Jakarta:Balai Pustaka. 6. Depdikbud RI.1997. <i>Pedoman Pembentukan Istilah</i>. Jakarta:Balai Pustaka 			
Panduan Penilaian	Ujian, Tugas			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar	Bahasa dan karya tulus ilmiah	Mahasiswa dapat menjelaskan peranan bahasa dalam pembentukan tingkat keterbacaan karya tulis ragam ilmiah	Modul tata tulis karya ilmiah
2	Ejaan	Penulisan huruf, kata, dan unsur serapan serta pemakaian tanda baca	Mahasiswa dapat menulis sesuai dengan kaidah ejaan	Modul tata tulis karya ilmiah
3	Tata Kata	Kata bentukan dan pemakaian kata bentukan dalam kalimat	Mahasiswa mampu membentuk, memilih, serta menggunakan kata bentukan dalam kalimat dengan tepat	Modul tata tulis karya ilmiah
4	Tata Kalimat	Kalimat ragam ilmiah	Mahasiswa mampu menyusun gagasan dalam kalimat yang ringkas, jelas, logis, lugas, baku, dan sistematis serta mampu menyusun kalimat yang bervariasi sesuai dengan tujuan gagasan yang disampaikan	Modul tata tulis karya ilmiah
5	Paragraf I	Pengertian, syarat, dan jenis paragraf	Mahasiswa mengetahui paragraf, syarat pembentukan paragraf, serta jenis-jenis paragraf	Modul tata tulis karya ilmiah
6	Paragraf II	Pengembangan paragraf	Mahasiswa mampu mengembangkan paragraf berdasarkan pola pikir serta penempatan ide utama	Modul tata tulis karya ilmiah
7	Artikel	Tata Tulis Artikel	Mahasiswa mampu menyusun artikel berbahasa Indonesia ragam ilmiah sesuai dengan konvensi naskah	Modul tata tulis karya ilmiah
8	UJIAN TENGAH SEMESTER			
9	Proposal I	Definisi, tujuan, kriteria, dan konvensi naskah proposal	Mahasiswa mengetahui Definisi, tujuan, kriteria, dan konvensi naskah proposal	Modul tata tulis karya ilmiah
10	Proposal II	Pemilihan topik, penentuan tema dan judul, penentuan rancangan, serta penentuan lokasi	Mahasiswa mampu menyusun proposal berbahasa Indonesia ragam ilmiah dan sesuai dengan tujuan	Modul tata tulis karya ilmiah
11	Penulisan	Kriteria laporan, pemilihan	Mahasiswa mampu menentukan topik, tema, dan judul	Modul

	Laporan Kerja Praktik	topik, penentuan tema dan judul, serta penyusunan ragangan	laporan serta mampu menyusun kerangka isi laporan	tata tulis karya ilmiah
12	Komponen Lapopran	Komponen bagian pelengkap awal (pendahulu), isi/utama, dan pelengkap akhir (penyudah)	Mahasiswa mampu menyusun komponen laporan yang diperlukan dan penempatan komponen tersebut	Modul tata tulis karya ilmiah
13	Bagian Utama Laporan I	Bab pendahuluan dan Bab Gambaran Umum	Mahasiswa mampu menuangkan gagasan ke dalam bab pendahuluan serta bab gambaran umum	Modul tata tulis karya ilmiah
14	Bagian Utama Laporan II	Bab Pembahasan (Analisis) serta Bab Simpulan dan Saran	Mahasiswa mampu menuangkan gagasan dalam bentuk pembahasan (analisis) pada bab pembahasan serta mampu menyimpulkan dan merekomendasi hasil analisis	Modul tata tulis karya ilmiah
15	Konvensi Naskah Laporan	Pengetikan, pengutipan, dan pustaka	Mahasiswa mampu menyusun laporan dalam bentuk tulisan yang sesuai dengan konvensi naskah laporan kerja praktik	Modul tata tulis karya ilmiah
16	UJIAN AKHIR SEMESTER			

<MA 1203> Matematika Bisnis II

Kode Matakuliah: MA 1203	Bobot sks: 3 sks	Semester: 4	KK / Unit Penanggung Jawab: -	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Matematika Bisnis II			
	<i>Business Mathematics II</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah Matematika Bisnis menekankan pada pemahaman dan kemampuan yang terdapat dalam keilmuan Matematika untuk menyelesaikan permasalahan bisnis dan ekonomi sehari-hari			
	<i>Business Mathematics will emphasise on the Mathematical concepts and skill in order to solve daily business and economics problems</i>			
Silabus Lengkap	Kuliah ini didesain untuk mempersiapkan mahasiswa dalam kaitannya dengan Kalkulus Bisnis. Mahasiswa akan diberikan pemahaman-pemahaman terkait dengan ilmu aljabar, eksponensial, persamaan logaritma, dan aplikasi matriks serta <i>geometric progression</i> .			
	<i>This course is designed to prepare students for Business Calculus. Students will be provided with a rigorous study of algebraic, exponential, and logarithmic functions, applications of matrices and geometric progressions.</i>			
Luaran (Outcomes)	5. Student master problem solving skills 6. Student learn to manipulate abstract symbols 7. Students learn and appreciate the rigorous use of deductive arguments in mathematics. 8. Students learn a broad spectrum of mathematical applications.			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	Class Lecturing Problems and Exercises			
Pustaka	3. Soo T. Tan, Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences., Brooks Cole, 10 ed, 2011 (Pustaka Utama) 4. Laurence Hoffmann, Gerald Bradley, Dave Sobacki, Michael Price , Applied Calculus for Business, Economics, and the Social and Life Sciences, Expanded Edition, McGraw-Hill Science/Engineering/Math; 11 edition (January 6, 2012). (Pustaka Tambahan) 5. E. F. Haeussler, R. S. Paul, R. Wood: Introductory Mathematical Analysis, 12th edition, Pearson, with Chapter 11 from Goldstein, Schneider, Siegel, Finite Mathematics & Its Applications (Pustaka Tambahan) 6. Soo T. Tan, Applied Calculus for Business, Life and Social Sciences., Brooks Cole, 8 ed, 2011 (Pustaka Utama) 7. David C. Lay, Linear Algebra and Its Applications, Addison-Wesley Publishing Company, 4th Updated Edition, 2012. (Pustaka Tambahan) 8. Gerald, C.F, and Wheatley, P.O, "Applied Numerical Analysis", Sixth Edition, Pearson Education Asia, 2002. (Pustaka Tambahan) 9. Gerald, Wheatley, Applied Numerical Method Analysis, sixed Edition, Addison-Wesley (Pustaka Tambahan)			
Panduan Penilaian	UTS (35%), UAS (35%), Tugas (10%), Kuis (10%), Partisipasi (10%)			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Linear Programming	- Graphing Systems of Linear Inequalities in Two Variables - Linear Programming Problems - Graphical Solution of Linear Programming Problems	Student can perform linear programming for solving business problem	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences: Chapter 3
2	Root of Functions	- Bisection/Half-Interval Method - Newton's Method	Student can solve problem with root of function problem	Finite Mathematics for the Managerial, Life, and Social Sciences
3	Interpolation and Extrapolation	- Linear interpolation	Student can perform interpolation and extrapolation to solve problem	Gerald, Wheatley, Applied Numerical Method Analysis, sixed Edition, Addison-Wesley
4	Numerical Integrations	- Calculating expectation and variance	Student understand about numerical integration concept	Calculus for Business, Economics, Life Science and Social Science: Chapter 6

5	Difference Equations	<ul style="list-style-type: none"> - First order homogeneous linear difference equations - Second order linear equations - First order autonomous nonlinear equations 	Student understand about difference equations	Introductory Mathematical Analysis, 12th edition
6	First Order Differential Equations	<ul style="list-style-type: none"> - Trivial first order existence and uniqueness - First order linear equations with examples 	Student understand about first order differential equations concept	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 9
7	Second Order Differential Equations	<ul style="list-style-type: none"> - General homogeneous equations - Linear second order equations with constant coefficients 	Student understand about second order differential equations concept	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 9
<i>Review</i>				
8	Mid Test			
9	Numerical Solution of Differential Equations	<ul style="list-style-type: none"> - Euler Method - Modified Euler Method 	Student understand about Euler method concept	Applied Numerical Analysis", Sixth Edition
10	Matrix and Vector Calculus	<ul style="list-style-type: none"> - Determinants - Vector Spaces - Eigenvalues and Eigenvectors 	Student understand about matrix and vector calculus concept	Linear Algebra and Its Applications," 4th Updated Edition, Chapter: 3,4,5
11	Function of Several Variables	<ul style="list-style-type: none"> - Partial Derivatives 	Student understand about function of several variables and partial derivatives	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 8
12	Multivariable optimization	<ul style="list-style-type: none"> - The Method of Least Square - Constrain Optimization 	Student understand about the optimization concept	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 8
13	Lagrange Multiplier	<ul style="list-style-type: none"> - The Method of Lagrange Multiplier 	Student understand about the Lagrange Multiplier	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 8
14	Multivariate Optimization in Excel	<ul style="list-style-type: none"> - Multivariate Optimization calculation 	Student understand can perform multivariate optimization with excel	Applied Calculus for the Managerial, Life and Social Sciences: Chapter 8
15	Final Review			
16	Final Test			

<KU 1201> Rekayasa dan Desain II

SEMESTER III

<MK2001> Berpikir Desain untuk Inovasi

Kode Matakuliah: MK2001	Bobot sks: 4	Semester: 3 Ganjil	KK / Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Berpikir Desain untuk Inovasi			
	Design Thinking for Innovation			
Silabus Ringkas	<p>Dengan semakin tertariknya manajer dengan pendekatan berpikir desain, mahasiswa bisnis diperlukan untuk mengembangkan kompetensi mereka. Oleh karena itu, sekolah bisnis diharapkan untuk menyediakan mata kuliah ini yang memuat pendekatan ini.</p> <p>As managers become more interested in design thinking approach, business students will need to develop competency and business school will be expected to provide courses in these approaches.</p>			
Silabus Lengkap	<p>Menerapkan pendekatan desain untuk manajemen adalah baru dan sedang berkembang. Dengan semakin tertariknya manajer dengan pendekatan berpikir desain, mahasiswa bisnis perlu mengembangkan kompetensi mereka. Oleh karena itu, sekolah bisnis diharapkan untuk menyediakan mata kuliah yang memuat pendekatan ini. Metodologi berpikir desain tidak hanya diterapkan untuk masalah desain saja. Hal ini sering digunakan untuk mengeksplorasi dan mendefinisikan masalah bisnis dan untuk menentukan produk dan jasa. Dengan kata lain, berpikir desain membawa pendekatan desain ke dalam dunia bisnis.</p> <p>Applying design approaches to management is new and largely undeveloped. As managers become more interested in design methods, business students need to develop competency and therefore business school is expected to provide courses in these approaches.</p> <p>The Design Thinking methodology is not just applied to design problems. It is often used to explore and define business problems and to define products and services. In other words, Design Thinking brings the design approach into the business world.</p>			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memahami konsep berpikir desain. 2. Mampu menerapkan pendekatan berpikir desain dalam membuat atau mengembangkan produk dan layanan dalam bisnis mereka. 3. Mampu mengidentifikasi peluang usaha dan melakukan penelitian kelayakan usaha serta membuat rencana bisnis. 4. Mampu menjalankan bisnis mulai dari persiapan pasar, peluncuran produk, pengelolaan produksi, SDM dan keuangan. 5. Menguasai pengetahuan pengembangan bisnis. 			
Matakuliah Terkait	TPB / Rekayasa dan Desain II	Prasyarat		
	MK2105 / Sistem Produksi dan Teknologi	Bersamaan		
	MK4011 / Kreatifitas dan Inovasi			
Kegiatan Penunjang	Praktikum, kerja lapangan, pembuatan purwarupa, kuliah tamu.			
Pustaka	<p>Tim Brown, Change by Design, Edisi Pertama, HarperCollins Publishers, 2009. (Pustaka utama)</p> <p>Tom Kelley, The Art of Innovation, Edisi Pertama, Doubleday Broadway Publishing, 2001 (Pustaka pendukung)</p> <p>d.school, Bootcamp Bootleg, Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, 2010 (Pustaka utama)</p>			
Panduan Penilaian	Tugas Kelompok	25%	Penilaian kelompok	
	Kehadiran	10%	Penilaian individu	
	Partisipasi	15%	Penilaian individu	
	UTS	25%	Penilaian individu	
	UAS	25%	Penilaian individu	
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> • Class Management • Film “The Deep Dive” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mengetahui topik-topik apa saja yang akan dipelajari dalam kuliah ini. 2. Mahasiswa mendapat gambaran singkat mengenai konsep berpikir desain. 	Kelley, T., The art of Innovation, bab 1: Innovation at the Top.
2	Desain dan Inovasi	Peran desain dalam inovasi bisnis	Mahasiswa mampu memahami peran desain dalam inovasi bisnis.	

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 30 dari 156
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

3	Pengenalan Berpikir Desain	<ul style="list-style-type: none"> • Mengapa? • Apa? • Dasar-dasar Berpikir Desain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat mendefinisikan berpikir desain. 2. Mahasiswa mengerti konsep berpikir desain. 	Brown, T. Change by Design, bab 1-3.
4	Berpikir Desain	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana? • Mengerti Masalah Pengguna • Observasi Pengguna • Interpretasi Hasil • Melahirkan Ide • Purwarupa, Tes 	Mahasiswa dapat mengerti dan mengaplikasikan konsep berpikir desain ke dalam tahapan-tahapan berpikir desain.	d.school, Bootcamp Bootleg.
5				
6	Pasar / Analisis Kebutuhan / Peluang	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik Observasi • Analisis Peluang • Tugas: Mengerti Masalah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat mengembangkan rasa empati untuk menangkap peluang-peluang baru. 2. Mahasiswa mampu menganalisis peluang menggunakan metode 3M. 	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
7	Melahirkan Ide-ide Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Berpikir divergen dan konvergen • Curah Ide 	Mahasiswa	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
8	Ujian Tengah Semester	Presentasi Ide Produk		
9	Pembuatan Purwarupa	Membuat purwarupa dari ide produk atau jasa.	Mahasiswa dapat mengejawantahkan ide produk mereka ke dalam wujud yang konkrit.	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
10	Penyusunan Anggaran Produk Baru	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun dan menentukan harga pokok produksi • Menentukan harga jual 	Mahasiswa mampu menentukan harga pokok produksi dan mampu menentukan harga jual.	
11	Tes Pasar	Melakukan simulasi produk atau jasa dengan menggunakan purwarupa yang ada.	Mahasiswa mendapat masukan dari pengguna terhadap ide mereka yang sudah di kembangkan ke dalam purwarupa.	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
12	Kuliah Tamu	Berbagi Pengalaman Praktis	Mahasiswa mendapat wawasan mengenai penerapan berpikir desain dalam memecahkan masalah.	
13	Topik sesuai kebutuhan	Proses iteratif dari tahapan berpikir desain	Mahasiswa yang dinilai kurang berhasil dalam tes pasar dapat mengulang tahapan berpikir desain dan menyempurnakan ide bisnis mereka.	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
14	Topik sesuai kebutuhan	Proses iteratif dari tahapan berpikir desain	Mahasiswa yang dinilai kurang berhasil dalam tes pasar dapat mengulang tahapan berpikir desain dan menyempurnakan ide bisnis mereka.	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
15	Evaluasi Perkuliahan	Melakukan evaluasi dari seluruh tahapan perkuliahan.	Mahasiswa dapat mengemukakan apa saja yang telah mereka sukai, dan apa yang mereka harapkan, dari kuliah ini. Evaluasi ini menggunakan tools: "I Like, I Wish, What If".	Tim Brown, Change by Design. d.school, Bootcamp Bootleg.
16	Ujian Akhir Semester	Presentasi Akhir		

<MK2101> Sistem Produksi dan Teknologi

Kode Matakuliah: MK2101	Bobot sks:3	Semester:1	KK / Unit Penanggung Jawab: OPM	Sifat:Wajib
Nama Matakuliah	Operasi dan Teknologi Produksi			
	Operation and Production Technology			
Silabus Ringkas	Kuliah ini membantu mahasiswa mempelajari proses dan kegiatan produksi dengan seksama sehingga mahasiswa memiliki pengetahuan baik konsep maupun praktek untuk dapat membuat usaha baru yang menjalankan proses produksi dengan efisien. Operasi dan teknologi industri membahas mengenai hal-hal yang terkait dengan kegiatan operasional atau produksi yang merubah input menjadi output sesuai dengan keinginan konsumen.			
	[Uraian ringkas silabus matakuliah dalam Bahasa Inggris (maksimum 30 kata)]			
Silabus Lengkap	Tujuan kuliah ini adalah menyediakan semua lulusan bisnis dan manajemen yang memiliki gambaran manajemen operasi. Operasi meliputi bagian-bagian dari suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa yang kita konsumsi. Operasi adalah proses di mana orang, modal, dan bahan-bahan (input) yang dikombinasikan untuk menghasilkan barang dan jasa (output). Kuliah ini membahas isu-isu dari desain produk, perencanaan kapasitas, aliran proses untuk control persediaan dan kualitas. Kuliah ini dapat memberikan pandangan terhadap keputusan yang dibuat manajer produksi yang dapat mempengaruhi kinerja jangka panjang serta kinerja jangka pendek dari organisasi.			
	[Uraian lengkap silabus matakuliah dalam Bahasa Inggris (maksimum 100 kata)]			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menerangkan kembali tentang teori dan konsepsi dasar manajemen operasi 2. Mahasiswa dapat menunjukkan faktor-faktor kunci dalam manajemen operasi 3. Mahasiswa dapat menghasilkan (menentukan) desain barang dan jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan 4. Mahasiswa dapat merancang proses operasi untuk sebuah perusahaan barang atau jasa sesuai minat kewirausahaan mahasiswa ybs. 			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	-			
Pustaka	<i>Operations Management</i> 9 th Ed. (2008), pengarang Heizer and Render. [pustaka utama]			
	Chase, Richard B., Nicholas J Aquilano, & F Robert Jacobs, (2001), <i>Operations Management for Competitive Advantage</i> , Ninth edition, McGraw-Hill Irwin, Boston [pustaka pendukung]			
	Dilworth, James B, <i>Production and Operations management</i> [pustaka pendukung]			
	Duffuaa, Salih O., A Raouf & John Dixon Campbell, <i>Planning & Control of Maintenance System</i> , John Wiley & Sons, New York.			
	Finch, Byron (2006), <i>Operations Now: profitability, process, performance</i> , Second Edition, McGraw-Hill Int, Boston			
	Russel & Taylor (2006), <i>Operations management: quality and competitiveness in global environment</i> , Fifth Edition, John Wiley & Sons In.			
Panduan Penilaian	Schroeder, Roger G (2000), <i>Operations management: contemporary concepts and cases</i> , McGraw-Hill, Int. Ed, Boston			
	Penilaian yang digunakan pada mata kuliah ini terdiri dari tugas individu, kuis, partisipasi, analisa kasus, presentasi, ujian tengah semester, dan ujian akhir semester.			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Operations and Productivity & Operations Strategy in a global environment	<ul style="list-style-type: none"> - What is Operations Management (OM)? Why Study OM? - The heritage of Operations Management - Operation in the service sector - Global view of Operations - Ten strategic OM Decisions. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami manajemen operasi, sejarah manajemen operasi, dan keputusan-keputusan dalam manajemen operasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008), ch 1 dan ch 2. - Problem solved 1.1, 1.2, 1.5, 1.7
2	Value, Strategy and Capabilities	<ul style="list-style-type: none"> - Operations Strategy - Competitive Formulation - Operations Strategy Model - New Operations Themes - The Newest Strategies in Operations on global competitive market - Strategy Formulation - Capabilities 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami strategi operasi yang mendukung strategi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Russel, Ch 2 - Finch, Ch 3 - Schroeder, Ch 1,2 - Chase, Ch 2
3	Forecasting	<ul style="list-style-type: none"> - Forecasting definition - The strategic importance of forecasting - Forecasting Approach 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami fungsi dan manfaat peramalan - Mampu menggunakan bermacam metode peramalan dan mengetahui metode yang paling sesuai 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) Ch 4 - Solved problems 4.1, 4.6 - Case Southwestern university and Hard Rock
4	Design of Goods and Services	<ul style="list-style-type: none"> - Goods and service selection - Product development - Time based competition - Defining product - QFD - Decision tree 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami proses design produk menggunakan berbagai metode, salah satunya QFD - Mampu membangun pohon keputusan dan menggunakannya dalam keputusan pengembangan produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) Ch 5 - Solved problem 5.1, 5.11, 5.12, 5.13
5	Managing quality	<ul style="list-style-type: none"> - Quality and strategy - International quality standards, - Total Quality Management - Tools of TQM 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami arti kualitas dan strategi dalam total manajemen kualitas - Memahami dan mampu menggunakan alat-alat dalam total manajemen kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) Ch 6 - Problem 6.5, cause and effect diagram, cross functional flow chart - Case Southwestern University
6	Process Strategy	<ul style="list-style-type: none"> - Four process strategies - Process Analysis - Design Production Technology 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami empat proses strategi 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) Ch 7 - Solved problem 7.1 - Solved problems 7.5, 7.6, 7.7
7	Capacity Planning	<ul style="list-style-type: none"> - Capacity - Capacity planning - Break even analysis - Applying decision tree to capacity decision 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami perencanaan kapasitas dan faktor-faktor yang mempengaruhinya - Mampu membangun pohon keputusan dan menggunakannya dalam keputusan yang berkaitan dengan kapasitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) S7 - Solved problem s7.3, s7.4, s7.23, s7.28 - Case Capacity Planning at Arnold Palmer Hospital
8	Location Strategies	<ul style="list-style-type: none"> - The strategic importance of location - Factor that affect location decision 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami pentingnya penentuan lokasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan 	<ul style="list-style-type: none"> - Heizer, Render (2008) Ch 8 - Solved problems 8.1, 8.2, 8.19, 8.22, 8.24

		- Methods of evaluating location alternatives	lokasi - Mampu menggunakan berbagai metode dalam pemilihan lokasi	
9	UTS			
10	Layout Strategy	- Types of layout - Office layout - Retail layout - Warehousing and storage layout	- Memahami macam-macam layout	- Heizer, Render (2008) Ch 9 - Solved problems 9.2, 9.19 - Case laying out Arnold Palmer Hospital New Facility
11	Supply Chain Management	- Outsourcing - Supply chain strategies - Vendor selection - Managing the supply chain	- Memahami makna manajemen rantai pasokan	- Heizer, Render (2008) Ch11 - Beer game simulation
12	Inventory Management	- Deterministic inventory models - Quantity discount	- Memahami dan mampu menggunakan metode deterministik dalam menentukan persediaan	- Heizer, Render (2008) Ch 12 - Solved problems 12.1, 12.2, 12.3, 12.4, 12.5, 12.15, 12.24 - Case Zhou Bicycle Company
13	Aggregate planning	- Aggregate planning - Methods for aggregate planning	- Memahami definisi perencanaan agregat dan metode-metode dalam perencanaan agregat	- Heizer, Render (2008) Ch 13 - Solved problems 13.1, 13.2, 13.9, 13.18
14	Short term scheduling	- Scheduling issues - Loading jobs in work centers - Sequencing jobs - Finited scheduling - Scheduling repetitive facilities	- Memahami masalah-masalah dalam penjadwalan - Memahami cara penyusunan penjadwalan yang sesuai	- Heizer, Render (2008) Ch 15 - Solved problems: 15.1, 15.4, 15.9, 15.13, 15.20 - Old oregon wood store
15	Just in time and lean system	- JIT layout - Inventory - Scheduling - Quality	- Memahami makna just in time	- Heizer, Render (2008) Ch 16 - Video group assignment
16	Maintenance and reliability	- Strategic importance of maintenance and reliability - Total productive maintenance - Techniques for establishing maintenance	- Memahami pentingnya maintenance dan reliability dan teknik-teknik yang dapat digunakan	- Heizer, Render (2008) Ch 17 - Solved problems: 17.1, 17.7, 17.9
17	UAS			

<MK2102> Akuntansi Dasar

Kode Matakuliah: MK2102	Bobot sks: 3 Sks	Semester: 3 (Tiga)	KK / Unit Penanggung Jawab: (BRF)	Sifat: [Wajib Prodi]
Nama Matakuliah	[Akuntansi Dasar] [Accounting Principles]			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang dasar akuntansi keuangan, persamaan akuntansi, teknik penrosesan data akuntansi yang meliputi jurnal, buku besar, worksheet serta dasar penyusunan laporan keuangan perusahaan jasa, perusahaan dagang, dan perusahaan manufaktur. This course provides knowledge and understanding of basic financial accounting, accounting equation, accounting data processing techniques which include journals, ledgers, worksheets and basis of preparation of the financial statements of service companies, trading companies, and manufacturing companies.			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa sehingga dapat menjelaskan konsep akuntansi dan kegunaan laporan keuangan, memberikan pengetahuan, pengertian dan pemahaman mengenai akun-akun di dalam laporan keuangan serta mengerti tahapan dalam siklus akuntansi dalam perusahaan jasa, perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur. Sehingga dapat melakukan proses pencatatan dalam siklus akuntansi sampai menyusun laporan keuangan. Mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan konsep akuntansi dan kegunaan laporan keuangan melalui akun-akun dalam laporan keuangan, dimulai dari kas, kewajiban dan ekuitas. This course is expected to improve the ability of students so that they can explain accounting concepts and usefulness of financial statements, providing knowledge, insight and understanding of their accounts in the financial statements and understand the steps in the accounting cycle in service companies, trading companies and manufacturing companies. So it can make the process of recording in the accounting cycle to prepare financial statements. Students are expected to explain the concepts of accounting and financial reporting through the use of accounts in the financial statements, starting with cash, liabilities and equity.			
Luaran (Outcomes)	Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang dasar akuntansi keuangan, sehingga dapat menyusun laporan keuangan perusahaan dagang, jasa, dan manufaktur.			
Matakuliah Terkait	[-]		[-]	
Kegiatan Penunjang	[Praktikum]			
Pustaka	(1) Kieso, Weygandt, Financial Accounting, Edisi IFRS, John-Wiley & Sons Publishing, 2011. (2) Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Akuntansi Keuangan Berbasis IFRS (3) Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Akuntansi Keuangan, ETAP (4) ISAK/IFRS/International Accounting Standards (IAS)/International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC)			
Panduan Penilaian	UTS : 30% UAS : 40% Tugas : 20% Partisipasi/Paper/Kuis : 10%			
Catatan Tambahan	Bahan Bacaan: (1) Laporan Keuangan Perusahaan Jasa, Laporan Keuangan Perusahaan Dagang, dan Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur. (2) Laporan Keuangan BUMN/BUMD, Perusahaan Terbuka, dan Perusahaan tertutup.			

Mgu	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	[1] Apakah itu Akuntansi [2] The Building Block of Accounting [3] Persamaan Dasar Akuntansi [4] Menggunakan Persamaan Dasar Akuntansi [5] Laporan Keuangan	[1] Menjelaskan Definisi Akuntansi [2] Mengidentifikasi pengguna dan manfaat akuntansi [3] Memahami etika sebagai konsep bisnis yang paling mendasar [4] Menjelaskan satandar-satandar akuntansi dan prinsip-prinsip pengukuran [5] Menjelaskan asumsi unit moneter dan asumsi entitas ekonomi [6] Menyajikan persamaan akuntansi, dan mendefinisikan komponen-komponennya [7] Menganalisis efek dari transaksi bisnis pada persamaan akuntansi [8] Memahami empat laporan keuangan dan bagaimana menyiapkannya.	Ch 1
2	Proses Pencatatan	[1] Akun atau Rekening [2] Tahap-tahap proses pencatatan [3] Ilustrasi proses	[1] Menjelaskan makna akun dan manfaat akun dalam proses pencatatan [2] Mendefinisikan makna debit dan kredit dan menjelaskan penggunaan debit dan kredit dalam mencatat transaksi bisnis	Ch 2

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 35 dari 156
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

		<p>pencatatan</p> <p>[4] Neraca Saldo</p>	<p>[3] Mengidentifikasi langkah dasar dalam proses pencatatan</p> <p>[4] Menjelaskan makna jurnal dan manfaat jurnal dalam proses pencatatan</p> <p>[5] Menjelaskan makna buku besar dan manfaat buku besar dalam proses pencatatan</p> <p>[6] Menjelaskan makna pemindahbukuan dan manfaat pemindahbukuan dalam proses pencatatan</p> <p>[7] Menyiapkan Neraca Saldo dan mengetahui tujuan penyiapan Neraca Saldo.</p>	
3	Proses Penyesuaian	<p>[1] Masalah time periode</p> <p>[2] Dasar-dasar penyesuaian</p> <p>[3] Neraca saldo setelah penyesuaian dan laporan keuangan</p>	<p>[1] Menjelaskan asumsi time period</p> <p>[2] Menjelaskan akuntansi dengan basis akrual</p> <p>[3] Menjelaskan alasan diperlukannya jurnal penyesuaian</p> <p>[4] Mengidentifikasi jenis jurnal penyesuaian</p> <p>[5] Menyiapkan jurnal penyesuaian untuk prepayment</p> <p>[6] Menyiapkan jurnal penyesuaian untuk accrual</p> <p>[7] Memahami sifat dan manfaat dari neraca saldo setelah penyesuaian.</p>	Ch 3
4	Penyelesaian Siklus Akuntansi	<p>[1] Menggunakan Worksheet</p> <p>[2] Penutupan buku</p> <p>[3] Ikhtisar siklus akuntansi</p> <p>[4] Kalsifikasi laporan posisi keuangan</p>	<p>[1] Menyiapkan neraca lajur 10 kolom (Worksheet)</p> <p>[2] Memahami proses penutupan buku besar</p> <p>[3] Menjelaskan isi dan tujuan dari neraca saldo setelah penutupan</p> <p>[4] Menjelaskan langkah-langkah menyeluruh yang dibutuhkan dalam siklus akuntansi</p> <p>[5] Menjelaskan pendekatan-pendekatan untuk menyiapkan jurnal koreksi</p> <p>[6] Mengidentifikasi komponen-komponen Laporan</p> <p>[7] Posisi Keuangan yang terklasifikasi.</p>	Ch 4
5	Akuntansi perusahaan dagang	<p>[1] Operasi perusahaan dagang</p> <p>[2] Pencatatan pembelian perusahaan dagang</p> <p>[3] Pencatatan penjualan dari perusahaan dagang</p> <p>[4] Penyelesaian siklus akuntansi perusahaan dagang</p> <p>[5] Bentuk laporan keuangan</p>	<p>[1] Mengidentifikasi perbedaan antara perusahaan jasa dan perusahaan dagang</p> <p>[2] Menjelaskan jurnal pembelian dengan menggunakan sistem perpetual dan periodik</p> <p>[3] Menjelaskan jurnal penjualan dengan menggunakan sistem perpetual dan periodik</p> <p>[4] Menjelaskan langkah-langkah siklus akuntansi dalam perusahaan dagang</p> <p>[5] Membedakan format laporan laba rugi multiple step dan single step</p> <p>[6] Menjelaskan penghitungan dan manfaat informasi laba kotor</p> <p>[7] Menentukan Harga Pokok Penjualan dengan menggunakan sistem pencatatan periodik.</p>	Ch 5
6	Persediaan	<p>[1] Klasifikasi persediaan</p> <p>[2] Menentukan kuantitas persediaan</p> <p>[3] Biaya persediaan</p> <p>[4] Kesalahan penyajian persediaan</p> <p>[5] Penyajian laporan dan analisis</p>	<p>[1] Menjelaskan langkah-langkah dalam menentukan jumlah persediaan</p> <p>[2] Menjelaskan akuntansi untuk persediaan dan menerapkan metode arus biaya persediaan</p> <p>[3] Menjelaskan dampak keuangan dari asumsi arus biaya persediaan</p> <p>[4] Menjelaskan dasar rendah-of-biaya-atau-nilai realisasi bersih dari akuntansi untuk persediaan</p> <p>[5] Menunjukkan pengaruh kesalahan persediaan terhadap laporan keuangan</p> <p>[6] Menghitung dan menginterpretasikan rasio perputaran persediaan</p>	Ch 6
7	Fraud, pengendalian intern, dan Kas	<p>[1] Fraud dan pengendalian internal</p>	<p>[1] Mendefinisikan fraud dan pengendalian internal</p> <p>[2] Mengidentifikasi prinsip-prinsip dari</p>	Ch 7

		<p>[2] Pengendalian penerimaan kas</p> <p>[3] Pengendalian pengeluaran kas</p> <p>[4] Pengendalian kas dengan menggunakan bank</p> <p>[5] Pelaporan Kas</p>	<p>aktivitas pengendalian internal</p> <p>[3] Menjelaskan penerapan prinsip-prinsip pengendalian intern penerimaan kas</p> <p>[4] Menjelaskan penerapan prinsip-prinsip pengendalian intern pengeluaran kas</p> <p>[5] Menggambarkan pengoperasian dana kas kecil</p> <p>[6] Menunjukkan fitur kontrol dari rekening bank</p> <p>[7] Menyiapkan rekonsiliasi bank</p> <p>[8] Menjelaskan pelaporan kas</p>	
8	UTS			
9	Akuntansi untuk Piutang	<p>[1] Jenis piutang</p> <p>[2] Putang usaha</p> <p>[3] Piutang wesel</p> <p>[4] Pernyataan presentasi dan analisis</p>	<p>[1] Mengidentifikasi perbedaan jenis-jenis piutang</p> <p>[2] Menjelaskan bagaimana pengakuan piutang</p> <p>[3] Membedakan metode dan dasar perusahaan dalam penilaian piutang</p> <p>[4] Memahami metode dasar penilaian piutang dan metode penyisihan piutang</p> <p>[5] Mendeskripsikan jurnal untuk mencatat pelepasan piutang</p> <p>[6] Menghitung nilai jatuh tempo dan bunga dari piutang wesel</p> <p>[7] Menjelaskan bagaimana pengakuan piutang wesel</p> <p>[8] Menjelaskan bagaimana penilaian piutang wesel</p> <p>[9] Mendeskripsikan jurnal untuk mencatat pelepasan piutang wesel</p>	Ch 8
10	Akuntansi Asset Tetap, Sumber Daya Alam, Asset Tidak Berwujud	<p>[1] Assets Tetap</p> <p>[2] Sumber Daya Alam</p> <p>[3] Assets Tidak Berwujud</p> <p>[4] Penyajian dan Analisis</p>	<p>[1] Menjelaskan definisi aset dan aset tetap</p> <p>[2] Mendeskripsikan penerapan prinsip historical cost untuk perolehan berbagai aset tetap</p> <p>[3] Menjelaskan konsep alokasi biaya perolehan aset tetap melalui mekanisme depresiasi</p> <p>[4] Menghitung depresiasi dengan menggunakan berbagai metode</p> <p>[5] Mendeskripsikan akuntansi untuk revisi umur ekonomis</p> <p>[6] Membedakan antara pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan setelah perolehan aset tetap. dan menjelaskan jurnal untuk mencatat pengeluaran tersebut</p> <p>[7] Menjelaskan bagaimana pencatatan pelepasan aktiva tetap</p> <p>[8] Menjelaskan definisi dan jenis asset SDA</p> <p>[9] Menghitung depleksi aktiva sumber daya alam</p> <p>[10] Menjelaskan definisi aset tidak berwujud</p> <p>[11] Menjelaskan komponen biaya perolehan aset SDA dan Aset tidak berwujud</p> <p>[12] Menjelaskan penilaian dan pelaporan aset tetap, aset sumber daya alam, dan aset tidak berwujud</p> <p>[13] Menjelaskan pengungkapan informasi terkait</p> <p>[14] Indetifikasi bagaimana Asset tetap, SDA, dan Asset tidak berwujud di laporkan</p>	Ch 9
11	Akuntansi untuk utang	<p>[1] Utang lancar</p> <p>[2] Utang jangka panjang</p>	<p>[1] Menjelaskan utang lancar, dan mengidentifikasi jenis-jenis utang lancar utama</p> <p>[2] Menjelaskan akuntansi untuk hutang wesel</p> <p>[3] Menjelaskan akuntansi untuk hutang jangka pendek lainnya</p> <p>[4] Menjelaskan alasan penerbitan, makna informasi pada obligasi, jenis obligasi, harga penerbitan obligasi</p> <p>[5] Mampu melakukan identifikasi pengakuan, pengukuran, dan jurnal penerbitan utang obligasi, pembayaran bunga serta</p>	Ch 10

			<p>menghitung amortisasi premium/diskon terkait</p> <p>[6] Memahami konsep penilaiandan pelaporan obligasi pada akhir periode</p> <p>[7] Menjelaskan jurnal pelunasan dan pengkonversian obligasi</p> <p>[8] Mendeskripsikan pengakuan, pengukuran, pencatatan, dan penilaian utang wesel</p> <p>[9] Mengetahui informasi yang harus diungkapkan terkait liabilitas tidak lancar</p>	
12	Korporasi: Organisasi, Transaksi Saham, Dividends, dan Laba Ditahan	<p>[1] Organisasi korporasi dan transaksi saham</p> <p>[2] Dividens</p> <p>[3] Laba Ditahan</p> <p>[4] Penyajian dan analisis</p>	<p>[1] Mengidentifikasi karakteristik utama dari korporasi</p> <p>[2] Mencatata penerbitan saham biasa</p> <p>[3] Menjelaskan akuntansi untuk saham treasury</p> <p>[4] Membedakan saham preferensi dari saham biasa</p> <p>[5] Mempersiapkan entri untuk dividen kas dan dividen saham</p> <p>[6] Identifikasi item-item dalam pelaporan laba ditahan</p> <p>[7] Mempersiapkan dan menganalisis bagian ekuitas secara komprehensif</p>	Ch 11
13	Investasi	<p>[1] Mengapa perusahaan melakukan investasi</p> <p>[2] Akunsi untuk investasi utang</p> <p>[3] Akuntansi untuk investasi saham</p> <p>[4] Penialain dan pelaporan investasi</p>	<p>[1] Memahami alasan perusahaan melakukan investasi dalam bentuk sekuritas utang dan saham</p> <p>[2] Menjelaskan konsep akuntansi untuk Investasi Utang menjadi trading, dan hold to maturity.</p> <p>[3] Menjelaskan konsep akuntansi untuk investasi saham menjadi trading atau kontrol dengan tingkat tidak signifikan, signifikan, dan konsolidasi</p> <p>[4] Menjelaskan penggunaan laporan keuangan konsolidasi</p> <p>[5] Memahami konsep pengakuan, pengukuran, penilaian, dan pelaporan investasi utang dan saham pada laporan keuangan</p> <p>[6] Membedakan antara investasi lancar dan investasi jangka panjang</p>	Ch 12
14	Laporan Arus Kas	<p>[1] Laporan arus kas :format dan kegunaan</p> <p>[2] Menuiapkan laporan arus kas : metode tidak langsung</p> <p>[3] Kegunaan arus kas untuk menilai suatu perusahaan</p>	<p>[1] Kegunaan dari laproan arus kas</p> <p>[2] Menjelaskan antara aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan/pembiayaan</p> <p>[3] Menyiapkan laporan arus kas dengan menggunakan metode tidak langsung</p> <p>[4] Analisis laporan arus kas</p>	Ch 13
15	Analisis Laporan Keuangna	<p>[1] Dasar-dasar analisis laporan keuangan</p> <p>[2] Analisis vertikal dan analisis horisontal</p> <p>[3] Analisis rasio</p> <p>[4] Erning power dan item-item iregular</p> <p>[5] Kualitas dari ernings</p>	<p>Diskusi tentang kebutuhan analisis komparasi</p> <p>Mengidentifikasi alat dari analisis lapran keuangan</p> <p>Menggambarkan dan menerapkan analisis horisontal</p> <p>Menggambarkan dan menerapkan analisis vertikal</p> <p>Mengidentifikasi dan menghitung rasio-rasio yang digunakan di dalam analisis likuiditas, profitabilitas, dan solvency</p> <p>Memahami konsep earning power, dan bagaimana operai yang dihentikan dilaporkan</p> <p>Memahami konsep kualitas earning</p>	Ch 14
16	UAS			

<MK2103> Ekonomika Bisnis

Kode Matakuliah: MK2103	Bobot sks: 3	Semester: 3	KK / Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Pemasaran/ ETM	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Ekonomika Bisnis			
	Business Economics			
Silabus Ringkas	Ruang lingkup Ekonomika Bisnis, tipe organisasi bisnis dan tujuannya; Ilmu Ekonomi meliputi hukum, permintaan, teori penawaran, teori konsumsi, teori produksi, teori biaya, teori pasar; Manajemen perusahaan, pemasaran produk, teori penetapan harga: Sistem perekonomian, bisnis global.			
	Scope of Business Economics, the type of business organization, Economics, the theory of demand, supply, consumption, production, costs, market; business management, product marketing, pricing theory; economic system, and global business.			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini mempelajari asal mula, ruang lingkup, peran, definisi Ekonomika Bisnis, tipe organisasi bisnis dan tujuannya; Teori ekonomi mikro, teori ekonomi makro; Hukum, kurva, elastisitas, peramalan permintaan; Hukum, kurva, elastisitas, faktor penentu penawaran: Guna Cardinal dan guna Ordinal atas konsumsi, Fungsi dan kurva produksi; Biaya Marjinal, Penerimaan Marjinal, Biaya Rata-rata jangka pendek dan jangka panjang; Keseimbangan pasar, pasar gelap, kegagalan pasar, pasar input; Struktur pasar persaingan sempurna, monopoli, duopoli, oligopoli, monopolistik; Optimum produksi, laba maksimal; pemasaran produk, karakteristik pasar, penentuan strategi pemasaran, teknik penetapan harga; Perekonomiansistem tertutup dan terbuka; Bisnis global, penetrasi pada pasar global.			
	This course learn about the origins, scope, roles, definitions of Business Economics, the type of business organization and its objectives; microeconomic theory, macroeconomic theory; Law, curve, elasticity, demand forecasting; Law, curve, elasticity, offers determinant factors: Cardinal theory, Ordinal theory on consumption; production function, the production curve; Marginal Cost, Marginal Revenue, Average Cost - short term and long term; equilibrium market, the grey market, market failure, market input; perfectly competitive market structure, monopoly, duopoly, oligopoly, monopolistic; Optimum production, maximum profit; product marketing, market characteristics, determining marketing strategies, pricing techniques; economy closed and open systems; global business, global market penetration.			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa akan mampu : <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami, menganalisis dan mensintesis fenomena ekonomi dan bisnis dengan bekal pengetahuan tentang konsep-konsep ,prinsip, dan teori ekonomi mikro 2. Memahami penerapan teori produksi dalam memproduksi barang dan atau jasa secara efisien 3. Memahami penerapan teori konsumsi dalam memproduksi barang dan atau jasa yang memiliki <i>superior customer value</i> 4. Memahami penerapan teori permintaan, penawaran dan teori pasar dalam operasi bisnis untuk mencapai keunggulan bersaing 5. Memahami cara memposisikan dan mengorientasikan bisnis ke arah praktek bisnis yang memperhatikan keadilan, etika, moral dalam lingkungan mikro dan makro demi kesejahteraan masyarakat. 6. Mahasiswa memahami dan dapat menjelaskan fenomena ekonomi dan bisnis berdasarkan pengetahuan tentang konsep, prinsip, dan teori makroekonomi dan bisnis global 7. Terampil menganalisis data yang terkait dengan indikator kinerja makroekonomi suatu Negara 8. Mahasiswa memahami penerapan kebijakan fiskal dan kebijakan moneter dan implikasinya bagi masyarakat dan bisnis 9. Mahasiswa memahami proses internasionalisasi bisnis dan lingkungan global. 			
Matakuliah Terkait	[TPB] Matematika Bisnis I [TPB] Matematika Bisnis II [MK2204] Keuangan Bisnis	Prasyarat Prasyarat Bersamaan		
	[MK3101] Perencanaan dan Kelayakan Bisnis [MK3102] Analisis Risiko Bisnis [MK3202] Analisis Investasi dan Permodalan	Terlarang Terlarang Terlarang		
Kegiatan Penunjang	Resitasi, tutorial			
Pustaka	[1] Neil Harris. Business Economics Theory and Application. Butterworth-Heinemann- Reed Educational and Professional Publishing Ltd., London, England, 2012.(Pustaka utama) / PU			
	[2] K. Jothi Sivagnanam and R. Srinivasan. Business Economics. Tata McGraw-Hill Education Private Limited, New Delhi, India, 2010.(Pustaka alternatif)/ PA			
	[3] Walter Allen. Fundamentals of Business Economics, The Official CIMA Exam Practice Kit. Elsevier Ltd., Oxford, UK, 2010. (Pustaka pendukung)/PP 1			

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 39 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

	[4] Ball, Donald A., Michael Geringer, Michael Minor, and Jeanne McNett. 2009. International Business : The Challenge of Global Competition., 12 th Edition. Mc.Graw-Hill Companies, Inc./ PP 2
Panduan Penilaian	<p>UTS = 35%</p> <p>UAS = 35%</p> <p>Portofolio lainnya (tugas terstruktur dan tugas mandiri) = 30%</p> <p>Penentuan Huruf Mutu (<i>grade</i>) nilai akhir dengan menggunakan Pedomen Penilaian Patokan (PAP) sebagai berikut :</p> <p>100 ≥ A ≥ 90</p> <p>90 > AB ≥ 85</p> <p>85 > B ≥ 75</p> <p>75 > BC ≥ 65</p> <p>65 > C ≥ 60</p> <p>60 > D ≥ 55</p> <p>55 > E ≥ 0 (atau kehadiran kuliah kurang dari 70%)</p>
Catatan Tambahan	<p>Competence persentase: Knowledge (60%), Skills (20%), Attitude (20%)</p> <p>Teaching Method: Lecturing, discussion, student participation, presentation, case study, guiding, directing, video streaming, slides show, assignment.</p>

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	<p>1. Ruang Lingkup Ekonomika Bisnis</p> <p>2. Tipe Organisasi Bisnis dan Tujuannya</p>	<p>1. Mahasiswa memahami asal mula, ruang lingkup, peran dan arti penting, definisi, konsep Ekonomika Bisnis, serta hubungannya dengan ilmu-ilmu lain.</p> <p>2. Mahasiswa memahami mengenai: tipe organisasi bisnis, sector industri, PMDN, PMA, lingkungan bisnis dan bagaimana penyesuaiannya, Variabel-variabel kunci ekonomi makro dan kebijakan ekonomi makro</p> <p>3. Mahasiswa memahami mengenai : tujuan organisasi bisnis, sumberdaya, biaya-penerimaan-laba, kesejahteraan pemilik perusahaan.</p>	<p>1) PU (Bab 1, sub-bab 1.1),</p> <p>PA (Bab 1, sub-bab 2.1 s/d 2.7, 2.10)</p> <p>2) PU (Bab 1, sub-bab 1.2, 1.4)</p> <p>3) PU (Bab 1, sub-bab 1.2), dan</p> <p>PP 1 (Bab 1, sub bab 1.1 s/d 1.5)</p>
2	Ilmu Ekonomi	<p>1. Ruang lingkup Ilmu Ekonomi.</p> <p>2. Pengantar singkat tentang permintaan dan perilaku konsumen</p> <p>3. Sistem Pasar dan Harga Kompetitif</p>	<p>1. Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan bagaimana arti dan definisi, asal mula, ruang lingkup masalah dasar ekonomi, Ekonomi positif dan ekonomi normative, mikro dan makro ekonomi, terminologi dan konsep-konsep ekonomi.</p> <p>2. Mahasiswa akan dapat memahami dan menjelaskan tentang konsep, terminology, definisi dan faktor-faktor penentu, sifat serta hukum permintaan dan perilaku</p>	<p>1) PA (Bab 1, sub-bab 1.1 s/d 1.8)</p> <p>2) PU (Bab 1, sub-bab 1.3), PA (Bab 3, sub bab 3.1 s/d 3.5)</p>

			<p>konsumen</p> <p>3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang faktor penentu penawaran, harga dan penentuan output, produksi massal, penawaran serta tipe-tipe struktur pasar</p>	<p>3) PP 1 (Bab 3, sub-bab 3.1 s/d 3.6)</p>
3	Teori Permintaan	<p>1. Hukum dan kurva permintaan</p> <p>2. Elastisitas permintaan</p> <p>3. Peramalan Permintaan</p>	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan hukum dan menggambarkan kurva permintaan, dan faktor-faktor penentu elastisitas permintaan.</p> <p>2. Mahasiswa dapat memahami dan mengukur elastisitas (elastisitas harga atas permintaan, elastisitas pendapatan dan beberapa topik yang berkaitan dengan itu.</p> <p>3. Mahasiswa mampu menganalisis dan meramal kurva permintaan serta aplikasinya dalam bisnis.</p>	<p>1) PA (Bab 3, sub-bab 3.1 s/d 3.5)</p> <p>2) PU (Bab 6, sub-bab 6.1); PA (Bab 4, sub-bab 4.1 s/d 4.8)</p> <p>3) PA (Bab 5, sub-bab 5.1 s/d 5.8)</p>
4	Teori Penawaran	<p>1. Hukum dan kurva penawaran</p> <p>2. Elastisitas Penawaran</p> <p>3. Faktor penentu penawaran</p>	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan hukum dan menggambarkan kurva penawaran</p> <p>2. Mahasiswa dapat memahami dan mengukur elastisitas penawaran,</p> <p>3. Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor penentu elastisitas penawaran</p>	<p>1) PA (Bab 6, sub-bab 6.1,6.2,6.3)</p> <p>2) PU (Bab 6, sub-bab 6.2) PA (Bab 6, sub-bab 6.4, 6.5)</p> <p>3) PA (bab 6, sub-bab 6.6 s/d 6.9)</p>
5	Teori Konsumsi	<p>1. Teori Cardinal</p> <p>2. Teori Ordinal</p>	<p>1. Mahasiswa akan dapat memahami perilaku konsumen dari sisi pandang teori guna cardinal, menjelaskan tentang pengertian : <i>utility, law of marginal utility, law of equi-marginal utility.</i></p> <p>2. Mahasiswa akan dapat memahami perilaku konsumen dari sisi teori guna ordinal, mampu membuat dan menjelaskan sifat-sifat kurva indifference</p>	<p>1) PA (bab 7, sub-bab 7.1 s/d 7.4)</p> <p>2) PA (Bab 7, sub-bab 7.5) PA (Bab 8, sub-bab 8.1 s/d 8.6)</p>
6	Teori Produksi	<p>1. <i>Law of Production</i></p> <p>2. Konsep jangka panjang dan konsep jangka pendek;</p> <p>3. Keseimbangan Produsen</p>	<p>1. Mahasiswa akan dapat menggambarkan dan menjelaskan kurva produksi dan law of diminishing return; berbagai bentuk kurva produksi</p> <p>2. Mahasiswa akan dapat memahami perbedaan dan kaitan antara konsep jangka pendek jangka panjang)</p> <p>3. Mahasiswa akan dapat memahami dan menjelaskan</p>	<p>1) PA (Bab 9, sub-bab 9.1, 9.2)</p> <p>2) PA (Bab 9, sub-bab 9.3 dan 9.4)</p>

			bagaimana kurva keseimbangan produsen terjadi	3) PA (Bab 9, sub-bab 9.5)
7	Teori Biaya	<ol style="list-style-type: none"> Short-run Cost dan Long-run Cost Marginal Revenue, Marginal Cost, Average Cost 	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa akan dapat memahami, menjelaskan tentang konsep Biaya, Penerimaan dan Laba. Mahasiswa akan dapat menjelaskan perbedaan antara konsep biaya jangka pendek dan jangka panjang. Mahasiswa akan terampil menjelaskan konsep MR, MC, AC, dapat memformulasikan fungsi biaya, penerimaan, laba, dan menggambarkan kurva MR, MC, dan AC 	<ol style="list-style-type: none"> PA (bab 10, sub-bab 10.1, 10.2, 10.3, 10.4) PA (bab 10, sub-bab 10.5, 10.6, 10.7)
8	UJIAN TENGAH SEMESTER			
9	Ekulibrium Pasar	<ol style="list-style-type: none"> Permintaan Pasar, Penawaran Pasar Keseimbangan Pasar Pasar Gelap Kegagalan Pasar Pasar Input Pasar Tenaga Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang mekanisme terjadinya keseimbangan pasar dan terjadinya pasar gelap. Mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang sebab-sebab terjadinya kegagalan pasar Mahasiswa akan dapat mengetahui dan memahami tentang pasar input dan pasar tenaga kerja. 	<ol style="list-style-type: none"> PU (Bab 5, sub-bab 5.1 s/d 5.8) PU (bab 6, sub-bab 6.3) PU (bab 6, sub-bab 6.4 s/d 6.8)
10	Teori Pasar	<ol style="list-style-type: none"> Struktur Pasar Output Kompetisi dan strategi kompetitif Strategi Perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa akan dapat memahami sifat-sifat pasar dan pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, oligopoli, duopoly, monopolistik. Mahasiswa akan dapat menganalisis persaingan, menentukan strategi persaingan yang akan dipilih dalam usaha, model lima kekuatan dari Porter; mengetahui bagaimana terjadinya kompetisi dan strategi kolusi dalam pasar oligopoli; memahami dan dapat mengambil keputusan bagaimana perusahaan bersaing dalam pasar monopsonistic. Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan tentang motif perusahaan, Porter's Value Chain, memformulasi strategi untuk dapat merumuskan sasaran perusahaan, SWOT analisis, antisipasi produksi, riset dan peramalan pasar. 	<ol style="list-style-type: none"> PA (Bab 11, sub-bab 11.1 s/d 11.10) PA (Bab 7, sub-bab 7.1 s/d 7.8). PA (Bab 2, sub-bab 2.1 s/d 2.6)
11	Manajemen Usaha	<ol style="list-style-type: none"> Penerapan Ekonomi Manajerial Optimum produksi untuk memperoleh laba maksimal 	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa akan memahami tentang teori maksimisasi dalam persaingan, biaya transaksi perusahaan, teori Boumol dalam maksimisasi penjualan, fungsi utilitas manajerial menurut Williamsons, Model maksimisasi pertumbuhan 	<ol style="list-style-type: none"> PA (Bab 13, sub-bab 13.1 s/d 13.10)

		3. Pertumbuhan perusahaan	<p>menurut Marris, dan teori budaya perusahaan menurut Cyert dan March</p> <p>2. Mahasiswa akan mampu menentukan biaya produksi jangka pendek, skala ekonomi, mengkalkulasi pendapatan usaha, dan mengambil keputusan tentang tingkat produksi optimum untuk memaksimalkan laba.</p> <p>3. Mahasiswa akan memahami mengapa perusahaan harus berkembang, dan bagaimana mengembangkan perusahaan.</p>	<p>2) PU (bab 3, sub-bab 3.1 s/d 3.8)</p> <p>3) PU (Bab 8, sub-bab 8.1)</p>
12	Pemasaran dan Produk	<p>1. Karakteristik pasar dan merumuskan strategi pasar.</p> <p>2. Teknik Penetapan Harga</p>	<p>1. Mahasiswa akan mampu mengidentifikasi karakteristik pasar, segmentasi pasar, target pasar, dan merumuskan <i>positioning</i>, menentukan bauran pemasaran, mengintervensi daur hidup produk, dan membangun strategi pasar</p> <p>2. mahasiswa akan dapat menentukan dan menerapkan teknik-teknik penetapan harga: <i>Price discrimination, Cost-plus or Mark-up Pricing, Peak-load Pricing, Transfer Pricing, Skimming Price, Penetration Price.</i></p>	<p>1) PU (Bab 4, sub-bab 4.1 s.d 4. 8)</p> <p>2) PA (bab 12, sub-bab 12.1 s/d 12.7)</p>
13	Sistem Perekonomian	<p>1. Sistem Perekonomian Tertutup</p> <p>2. Sistem Perekonomian Terbuka,</p> <p>3. Pasar barang, pasar tenaga kerja, pasar uang</p>	<p>1. Mahasiswa akan dapat memahami dan menjelaskan karakteristik, fungsi, faktor penentu, konsumsi dan simpanan, investasi rumah tangga, keseimbangan perekonomian tertutup, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.</p> <p>2. Mahasiswa akan mampu memahami sirkulasi penerimaan masyarakat, faktor penentu ekspor dan impor, keseimbangan perekonomian terbuka</p> <p>3. Mahasiswa akan dapat menganalisis Aggregate Demand dan Aggregate Supply, karakteristik, dan keseimbangan AD-AS; identifikasi ekuilibrium pasar tenaga kerja, <i>excess demand</i> dan <i>excess supply</i>, efek upah terhadap biaya produksi; memahami tentang MD, MS, dan keseimbangan MD-MS, memahami mekanisme transmisi MS terhadap aktifitas ekonomi.</p>	<p>1) PP 2</p> <p>2) PP 2</p> <p>3) PP2</p>
14	Ekonomi Makro dan Dampaknya bagi Perusahaan	<p>1. Pendapatan Nasional, Produk Domestik Bruto, Pendapatan Per Kapita, pertumbuhan ekonomi</p> <p>2. Inflasi dan pengangguran</p> <p>3. Sistem Finansial</p> <p>4. Kebijakan Moneter</p>	<p>1. Mahasiswa akan mengetahui komponen dan mampu menghitung NI, GDP, GNP, Pendapatan per kapita, dan mengetahui faktor apa saja yang menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara</p> <p>2. Mahasiswa akan dapat menjelaskan mengapa inflasi dan pengangguran terjadi dan bagaimana cara mengatasinya</p> <p>3. Mahasiswa akan memahami sistem dan mekanisme yang terjadi pada Pasar Finansial</p>	<p>1) PP (Bab 4, sub-bab 4.1. 4.2),</p> <p>2) PP (Bab 4, sub-bab 4.3) PU (Bab 9, sub-bab 9.3)</p> <p>3) PP (Bab 3. Sub-bab 3/1, 3.2, 3.3.)</p> <p>4) PP (bab 8,</p>

		dan Kebijakan Fiskal	4. Mahasiswa akan memahami mengapa dan bagaimana penerapan Kebijakan Moneter dan Kebijakan Fiskal.	sub-bab 9.4)
15	Bisnis Global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah perkembangan perdagangan global; Teori Merkantilisme: <i>absolue advantage</i>, <i>comparative advantage</i>. 2. Organisasi internasional dan bisnis global 3. Globalisasi dan perdagangan, Nilai Tukar Asing, Neraca Pembayaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa akan dapat menggarisbawahi kekuatan bisnis global; memahami teori dan faktor yang mempengaruhi bisnis global 2. Mahasiswa memahami bagaimana cara memilih bentuk organisasi yang tepat untuk bisnisnya, dan mengetahui langkah-langkah penetrasi ke pasar global, serta menentukan posisi perusahaan di lingkungan organisasi ekonomi dunia dan bisnis global 3. Mahasiswa akan dapat memahami tentang dampak globalisasi terhadap perdagangan internasional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sumber-sumber lain (mahasiswa harus diikutsertakan untuk mencari) 2) Sumber – sumber lain (mahasiswa harus diikutsertakan untuk mencari) 3) PP (Bab 5, sub-bab 5.1.,5.2, 5.3)
16	UJIAN AKHIR SEMESTER			

<MK2104> Penjualan dan Pemasaran

Kode Matakuliah: MK2104	Bobot sks 3	Semester: 3	KK / Unit Penanggung Jawab: Strategi Bisnis dan Pemasaran	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Penjualan dan Pemasaran			
	Sales and Marketing			
Silabus Ringkas	Matakuliah penjualan dan pemasaran bertujuan untuk memberikan pengetahuan secara menyeluruh mengenai sistem penjualan dan pemasaran untuk memberikan fungsi yang berinteraksi dan berkontribusi terhadap perusahaan.			
	The purpose of this subject is to provide a systematic knowledge on sales and marketing in order to create function that interacts and contributes to a firm.			
Silabus Lengkap	Memberikan pengetahuan dasar Penjualan dan Pemasaran dan bagaimana Penjualan dan Pemasaran digunakan dalam sebuah perusahaan dan bagaimana pemasaran berintegrasi dengan divisi-divisi lain dalam satu perusahaan. Memberikan Sistem Pemasaran Strategis sebagai kerangka kerja untuk peran pemasaran dalam sebuah perusahaan. Memberikan pengetahuan untuk merancang dan mengatur strategi penjualan perusahaan. Memberikan pengetahuan untuk dapat beradaptasi dalam perubahan tren penjualan perusahaan saat ini.			
	Presents basic knowledge of Sales and marketing and how it is used in a company and how it integrates with other divisions in a company. Provides basic philosophy and knowledge about Customer Relationship Management (CRM). Present The Strategic Marketing System as a framework for the marketing role in a company. Explain the Marketing Mix and how the tools are used. Provides knowledge to design and manage firm's sales strategy. Provides knowledge in order to adapt in this current changing trend era.			
Luaran (Outcomes)	Diakhir semester, diharapkan mahasiswa mampu: Memahami dan menerapkan Sistem Strategi Penjualan dan Pemasaran Memahami pentingnya pembelajaran perilaku konsumen. Merancang strategi pemasaran berdasarkan segmentasi dan target pasar. Memahami dan menerapkan strategi marketing mix. Memahami bagaimana strategi penjualan dan pemasaran dapat berpengaruh terhadap seluruh strategi. Mengidentifikasi perbedaan tipe-tipe strategi penjualan. Memahami dan menerapkan proses strategi manajemen penjualan. Menghargai dan menerapkan etika dalam penjualan dan pemasaran.			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	Proyek Kelompok, Tutorial			
Pustaka	Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E; Pearson Education Limited, Essex, England 2012 (Pustaka Utama) Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition; Pearson Prentice Hall. 2009 (Pustaka Utama) Cron L. William and Decarlo E. Thomas – Sales Management (Concepts and Cases) International Student Version Edition 10; John Wiley & Sons 2012 (Pustaka Utama) George Breen and A. B. Blankenship – Marketing Research (McGraw Hill, New York 1989) (Pustaka Pendukung) Henry Assael – Consumer Behavior and Marketing Action (South Western College Publishing, Cincinnati 1998) (Pustaka Pendukung) James Engel and Roger Blackwell and Paul W. Miniard – Consumer Behavior 7th Edition (The Dryden Press, Harcourt Brace Javanovich College Publications, Tokyo 1993) (Pustaka Pendukung) Kevin Roberts – Lovemarks: The Future Beyond Brands (Saatchi & Saatchi, New York 2004) (Pustaka Pendukung) Emanuel Rosen – The Anatomy of Buzz (Random House, New York 2000) (Pustaka Pendukung) Donald A. Norman- Emotional Design (Perseus Books Group, New York 2004) (Pustaka Pendukung) Diana LaSalle and Terry A. Britton – Priceless (Harvard Business School Press, Boston 2003) (Pustaka Pendukung) Michael J. Silverstein and Neil Fiske – Trading Up (The Boston Consulting Group, Boston 2003) (Pustaka Pendukung) Pamela N. Danziger- Why People Buy things They Don't Need (Dearborn Trade Publishing, USA 2004) (Pustaka Pendukung) Ira Matathia and Marian Salzman – NEXT: Trends for the Near Future (The Overlook Press, New York 1999) (Pustaka Pendukung) Al Ries and Laura Ries – The 22 Immutable Laws of Branding (Harper Business, 2002, USA) (Pustaka Pendukung) Des Dearlove – Business The Richard Branson Way (Capstone, USA, 2002) (Pustaka Pendukung)			
Panduan Penilaian	UTS/presentation =		30%	
	UAS =		30%	
	Quiz =		10%	
	Individual/Group		10%	

		Assignment=	
		Peer Evaluation=	10%
		Term Paper=	10%
Catatan Tambahan			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	Apakah definisi dari Penjualan dan Pemasaran?	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> • Tipe orientasi pemasaran • Perbedaan antara pemasaran dan penjualan • Jenis-jenis hubungan pelanggan • Ekuitas pemasaran • Sistem Pemasaran 	Hasil Observasi
2	Strategi Pemasaran Perusahaan dan Manajemen Hubungan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan strategis • Tempat pemasaran dan kebutuhan pelanggan • Strategi pemasaran • Rencana dan Program Pemasaran • Manajemen Hubungan Pelanggan • Mengelola pemasaran 	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> • Keinginan, kebutuhan, permintaan • Pengalaman produk dan jasa • Orientasi manajemen • Manajemen hubungan dan kerja sama • Misi berorientasi pemasaran • Tujuan dan sasaran perusahaan • Analisis pemasaran • Perencanaan pemasaran 	Bab 1 & 2 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E
3	Informasi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem informasi pemasaran • Proses riset pemasaran • Riset pemasaran • Analisis pemasaran 	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> • Data informal • Definisi masalah dan sasaran penelitian • Bagaimana membuat rencana • Pengumpulan data • Implementasi 	Bab 4 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E
4	Prilaku Pembelian Pelanggan dan Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku dan pembelian pelanggan • Proses pembuatan keputusan pembelian 	Mahasiswa mampu membuat model prilaku konsumen	Bab 5 & 6 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E
5	Segemntasi, Target dan Positioning	<ul style="list-style-type: none"> • Segementasi pasar pelanggan. • Memilih Target Pasar. • Competitive Advantage. • Positioning Statement. 	Mahasiswa mampu memahami <ul style="list-style-type: none"> • Variabel-variabel segmentasi • SADAM • Cara mengevaluasi segmen-segmen pasar • Syarat-syarat segmentasi efektif • Menyiapkan Positioning Statement untuk Rencana Pemasaran. 	Bab 7 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E
6	Produk, Strategi dan Pertimbangan Penetapan Harga, Saluran Distribusi, Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah Definisi Produk? • Apakah Definisi Harga? • Penyesuaian harga • Perubahan harga • Saluran-saluran pemasaran • Perancangan saluran pemasaran • Alat-alat bauran komunikasi 	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> • Klasifikasi produk • Bagaimana perusahaan menentukan lini dan bauran produk • Faktor-faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga • Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga • Strategi-strategi penetapan harga • Target harga dan pelanggan • Bagaimana mengidentifikasi alternative saluran 	Bab 8, 10, 11, 12, & 14 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – Principles of Marketing Global Edition 14E

			<p><i>promosi</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana perusahaan memiliki saluran pemasaran • Manajemen rantai pasok terintegrasi • Promosi • Iklan 	
7	Etika dan pemasaran sosial	<p><i>Kritik atas pemasaran</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Apakah yang dimaksud dengan Pemasaran yang bertanggung jawab secara sosial? 	Mahasiswa memahami strategi pemasaran yang berkelanjutan.	Bab 20 Kotler, Philip and Armstrong, Gary – <i>Principles of Marketing Global Edition 14E</i>
8	UTS			
9	Pengenalan untuk manajemen penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan penjualan • Perbedaan pendekatan penjualan dengan proses penjualan • Pimpinan penjualan • Fungsi penjualan 	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menentukan strategi penjualan • Memahami bagaimana strategi penjualan dan pemasaran dapat mempengaruhi seluruh strategi yang ada • Mengidentifikasi perbedaan tipe-tipe strategi penjualan • Memahami proses manajemen penjualan 	Bab 1 & 2 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - <i>Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i>
10	Kepemimpinan dalam Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemimpinan dan eksekutif penjualan • Etika dalam penjualan 	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memahami sejarah perkembangan kepemimpinan dan perbedaan pendekatan untuk mengevaluasi kepemimpinan. • Memahami kontribusi dari seorang pemimpin. • Mengidentifikasi isu-isu yang dihadapi para pemimpin penjualan saat ini. • Menggunakan informasi yang ada dari bab ini untuk mengembangkan keahlian kepemimpinan. • Mahamai dan menghargai etika penjualan dan pemasaran 	Bab 3 & 4 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - <i>Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i>
11	Analisa Pelanggan dan Pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen hubungan Business-to-Business (B2B) antarapenjual dan pelanggan. • Pemanfaatan Teknologi Informasi 	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengenali dan memahami bagaimana pengambilan keputusan pembelian dalam organisasi. • Memahami tiga situasi pembelian. • Mengidentifikasi peran-peran pembeli. • Memahami dorongan tiap individu dalam proses pembelian B2B. • Memahami bagaimana teknologi digunakan dalam manajemen penjualan. • Memahami manajemen hubungan pelanggan dan 	Bab 5 & 6 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - <i>Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i>

			<p><i>tantangan dalam penerapannya.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Memahami bagaimana manajer penjualan dapat meningkatkan pegawainya untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi secara efektif.</i> 	
12	Rancangan dan Pengembangan Tenaga Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Merancang dan mengatur tenaga penjualan.</i> • <i>Merekrut dan memilih tenaga penjualan yang tepat.</i> • <i>Pelatihan dan pengembangan tenaga penjualan.</i> 	<p><i>Mahasiswa mampu:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Memahami bagaimana tujuan perusahaan mempengaruhi organisasi tenaga penjualan.</i> • <i>Memahami beberapa cara mengatur tenaga penjualan.</i> • <i>Memahami kelebihan dan kekurangan dari struktur organisasi tenaga penjualan.</i> • <i>Memahami proses pemilihan tenaga penjualan yang baru secara formal.</i> • <i>Memahami pentingnya menganalisis keahlian tenaga penjualan.</i> • <i>Memahami lima tahapan proses pemilihan tenaga penjualan.</i> • <i>Mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membantu menentukan tipe-tipe pelatihan yang dibutuhkan tenaga penjualan.</i> • <i>Merancang program pelatihan tenaga penjualan yang efektif.</i> 	<p><i>Bab 7, 8, & 9 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i></p>
13	Manajemen Proses	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Mengawasi, mengatur, dan memimpin tenaga penjualan secara individu maupun tim.</i> • <i>Merancang tujuan dan mengatur kinerja tenaga penjualan.</i> 	<p><i>Mahasiswa mampu:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Memahami perbedaan antara pengawasan, pengaturan, dan kepemimpinan dalam penjualan.</i> • <i>Mengidentifikasi kemampuan dan keahlian seseorang untuk menjadi manajer penjualan yang baik.</i> • <i>Memahami bagaimana manajer penjualan mengontrol dan mengarahkan tenaga penjualan berdasarkan tujuan perusahaan.</i> • <i>Memahami bagaimana tujuan yang efektif.</i> 	<p><i>Bab 10 & 11 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i></p>
14	Manajemen Proses	<p><i>Memotivasi dan memberi penghargaan tenaga penjualan.</i></p>	<p><i>Mahasiswa mampu;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Memahami bagaimana motivasi dapat dibentuk menjadi suatu konsep an bagaimana kontribusi pembelajaran di masa lalu terhadap aktifitas manajerial.</i> • <i>Memahami perbedaan model-model motivasi dan bagaimana manajer dapat menggunakannya.</i> • <i>Mengidentifikasi perbedaan-perbedaan motivasi dan bagaimana pendekatan motivasi tersebut terhadap organisasi.</i> 	<p><i>Bab 12 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</i></p>

15	Pengukuran, Analisis, dan Pengetahuan Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> • Mengubah informasi dari pelanggan menjadi pengetahuan. • Mengkaji kinerja dari tenaga penjualan dan semua pihak yang terkait dengan kinerja penjualan. • Budaya internal dan eksternal tenaga penjualan yang mempengaruhi kinerja penjualan perusahaan. 	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi elemen-elemen utama dari penggabungan data pelanggan. • Memahami bagaimana mendokumentasikan informasi yang bermanfaat dari pelanggan untuk beberapa fungsi organisasi. • Membuat peramalan penjualan dengan menggunakan beberapa metode peramalan yang dirancang untuk penjualan. • Memahami pentingnya untuk mengevaluasi kinerja tenaga penjualan secara keseluruhan. • Mendaftar semua kelebihan dan kekurangan dari penjualan, biaya, dan keuntungan analisis. • Memahami pentingnya keuntungan dan aplikasi dari ROI dan ROAM. • Memahami perbedaan kinerja dan efektifitas. • Membanginkan evaluasi formal dan informal. • Memahami karakteristik budaya organisasi. • Memahami perbedaan budaya organisasi. 	<p>Bab 13, 14, & 15 Tanner Jr, J. F., Honey cutt Jr, E. D., and Erffmeyer, R. C. - Sales Management (Shaping Future Sales Leaders) International Edition</p>
16	UAS			

<MK2105> Statistika Multivariat (P)

Kode Matakuliah: MK2105	Bobot sks: 4 SKS	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Statistika Multivariat			
	Multivariate Statistics			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memperkenalkan mahasiswa dengan metode-metode analisis statistik multivariate dan memberikan mahasiswa pengalaman praktis dalam mengaplikasikan metode tersebut dan melakukan interpretasi dari hasil analisis.			
	<i>This course introduces the students to various methods in multivariate data analysis methods and provide them with some practical experience in applying the methods and interpreting the results of analysis.</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini bertujuan untuk memperkenalkan mahasiswa terhadap berbagai metode analisis multivariat dan memberikan mahasiswa pengalaman praktis mengaplikasikan metode tersebut dan melakukan interpretasi dari hasil analisis. Perangkat lunak statistik (termasuk SPSS) paket akan digunakan di seluruh kursus. Kursus ini mencakup analisis data statistik dasar dengan penekanan pada analisis data multivariat untuk bisnis, riset pemasaran, perilaku konsumen, keuangan dan disiplin terkait. Kursus ini menekankan desain sebuah proyek penelitian multivariat, pilihan metode multivariat, pengujian asumsi fundamental yang mendasari metode multivariat berbagai validasi analisis multivariat, isu-isu penting yang terlibat dalam mengevaluasi kualitas analisis data multivariat dan interpretasi hasil.			
	<i>This course introduces the students to various methods in multivariate data analysis methods and provide them with some practical experience in applying the methods and interpreting the results of analysis.. The statistical software (including SPSS) package will be used throughout the course. This course covers basic statistical data analysis with an emphasis on multivariate data analysis for business, marketing research, consumer behavior, finance and related disciplines. The course emphasizes the design of a multivariate research project, the choice of a multivariate method, the testing of the fundamental assumptions underlying various multivariate methods, the validation of a multivariate analysis, the important issues involved in evaluating the quality of a multivariate data analysis and interpretation of the results.</i>			
Luaran (Outcomes)	1) Mahasiswa memahami penerapan konsep dasar statistik multivariat untuk memecahkan permasalahan bisnis dan manajemen. 2) Mahasiswa mampu membuat keputusan riset yang efektif dalam memilih teknik statistik yang tepat untuk melakukan analisis data. 3) Mahasiswa mampu melakukan analisis dengan menggunakan perangkat lunak statistik 4) Mahasiswa mampu melakukan interpretasi hasil analisis statistik multivariat dan mengkomunikasikan solusi masalah bisnis dan manajemen yang diperoleh dari hasil analisis.			
Matakuliah Terkait	Statistika dalam Bisnis dan Manajemen	Prasyarat		
Kegiatan Penunjang	Tutorial, praktikum, studi kasus			
Pustaka	J.F. Hair, R.E. Anderson, R.L. Tatham and William Black (2005) <i>Multivariate Data Analysis</i> . 6th Edition. Prentice-Hall: N.J. (ISBN: 0138948585). (Pustaka utama)			
	Aczel, Amir D. (1999) <i>Complete Business Statistics</i> . Boston: Irwin McGraw-Hill. (ISBN: 0072893028). (Pustaka pendukung)			
	Campbell, S. (1999) <i>Statistics You Can't Trust: A Friendly Guide to Clear Thinking About Statistics in Everyday Life</i> . Parker, CO: Think Twice Publishing. (Pustaka pendukung)			
	Zikmund, W. G. (2003) <i>Business Research Methods</i> (7th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing. (Pustaka pendukung)			
Panduan Penilaian	Tugas individu dan kelompok (35 %), quiz (10%), partisipasi dan kehadiran (10%), studi kasus (10%), ujian (35%).			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pendahuluan tentang tentang Statistika Multivariat (<i>Overview of Multivariate Statistical Techniques</i>)	What is multivariate, types of data measurement scales, methods of multivariate analysis	Ability to determine appropriate method of multivariate analysis to answer the research questions	Hair et al. (Chapter 1)
2	<i>Examining Data</i>	Missing data, outliers, transformation	Ability to identify problems on the data and prepare data for analysis	Hair et al. (Chapter 2)
3	Analisis statistika untuk pertanyaan penelitian mengenai derajat hubungan (<i>Statistical Analysis for Degree of Relationship</i>)	Bivariate Correlation and/ or Regression	Ability to understand the concept and conduct Bivariate Correlation	Hair et al. (Chapter 4)
4		Multiple Regression	Ability to understand the concept and conduct Multiple Regression	Hair et al. (Chapter 4)
5		Path Analysis	Ability to understand the concept and conduct Multiple Regression	Hair et al.
6	Analisis statistika untuk pertanyaan penelitian yang mengukur perbedaan antar kelompok (<i>Statistical Analysis for Group Differences</i>)	One-way ANOVA, ANCOVA	Ability to understand the concept and conduct ANOVA & ANCOVA test	Hair et al. (Chapter 6)
7		Factorial ANOVA, ANCOVA		
8		One-way MANOVA, MANCOVA	Ability to understand the concept and conduct MANOVA & MANCOVA test	
9		Factorial MANOVA, MANCOVA		
10	Analisis statistika untuk pertanyaan penelitian yang memprediksi anggota suatu grup (<i>Statistical Analysis for Prediction of Group Membership</i>)	Logistic Regression	Ability to understand the concept and conduct logistic regression analysis	Hair et al. (Chapter 5)
11		Discriminant Analysis	Ability to understand the concept and conduct discriminant analysis	
12	Analisis statistika untuk pertanyaan penelitian tentang struktur	Factor Analysis	Ability to understand the concept and conduct factor analysis	Hair et al. (Chapter 3)
13	<i>Workshop</i>	Discussing research questions to be answered and preparing data for statistical analysis	Praktikum proyek mahasiswa dengan menggunakan <i>software</i> statistik	
14		Using statistical software for multivariate analysis		
15	<i>Final evaluation</i>	Understanding appropriate method for each problem presented in the case studies	Presentation	

SEMESTER IV

<MK2002> Perancangan Sistem dan Model Bisnis (P)

Kode Matakuliah: MK 2002	Bobot sks: 4	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab: ETM	Sifat: [Wajib]
Nama Matakuliah	[Perancangan Sistem dan Model Bisnis]			
	[Business Model and System Development]			
Silabus Ringkas	This course focuses on business model generation in terms of developing and creating a new business model.			
	This course focuses on business model generation in terms of developing and creating a new business model.			
Silabus Lengkap	This course focuses on business model generation in terms of developing and creating a new business model. The course is motivated by increase in the need for innovation in business model in order to face the increasing competition challenges. This course is aimed for understanding, mapping, analyzing, innovating and creates a strategy to face the current business condition challenge. The class simulation and group task are intensively practiced at the end of each lecture.			
	This course focuses on business model generation in terms of developing and creating a new business model. The course is motivated by increase in the need for innovation in business model in order to face the increasing competition challenges. This course is aimed for understanding, mapping, analyzing, innovating and creates a strategy to face the current business condition challenge. The class simulation and group task are intensively practiced at the end of each lecture.			
Luaran (Outcomes)	[At the end of this semester, the students will be able to: a. Develop analytical skill and critical thinking in understanding current business condition b. Develop knowledge in terminology, classification, and trend of new business through the course activity c. Develop new concept of business model generation d. Develop creativity in order to create an innovative business model e. Address the interest of student who expect to embark on an entrepreneurial career, expect to assume a managerial role]			
Matakuliah Terkait	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]		
	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]		
Kegiatan Penunjang	[Praktikum]			
Pustaka	[Osterwalder, A. Pigneur, Y. <i>Business Model Generation</i> . John Wiley & Sons, 2010] ([Pustaka utama])			
	[Berman, J, S. <i>Not For Free. Revenue Strategies for a New World</i> . Harvard Business Review Press, 2011] ([Pustaka pendukung])			
	[Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit] ([Pustaka utama/alternatif/pendukung])			
Panduan Penilaian	[Ujian Tengah Semester 25%, Ujian Akhir Semester 50%, Tugas dan Laporan Akhir 25%]			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	CANVAS	Definition of a Business Model The 9 Building Blocks The Business Model Canvas	Understand the Business Model Canvas, and how to create it	Osterwalder, Part I
2	PATTERNS	Unbundling Business Models The Long Tail	Understand how to create Unbundling Business Models Understand how to create The Long Tail Business Models	Osterwalder, Part II
3	PATTERNS	Multi-Sided Platform FREE as a Business Model Open Business Model	Understand how to create Multi-Sided Platform Business Models Understand how to create The FREE as a Business Model Understand how to create The Open Business Model	Osterwalder, Part II
4	DESIGN	Customer Insight	Understand how to build business models on Customer Insight	Osterwalder, Part III
5	DESIGN	Ideation	Understand the creative process for generating a large number of business model ideas and successfully isolating the best ones	Osterwalder, Part III
6	DESIGN	Visual Thinking	Understand the creative process for innovating business model ideas using visual thinking	Osterwalder, Part III

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 52 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

7	DESIGN	Prototyping	Understand the process of prototyping several business model and choose	Osterwalder, Part III
8	DESIGN	Storytelling	Understand how to tell story about one business model	Osterwalder, Part III
9	DESIGN	Scenarios	Understand how to make different scenario of business model for 1 business	Osterwalder, Part III
10	STRATEGY	Business Model Environment	Understand how to analyze the environment for the business model	Osterwalder, Part IV
11	STRATEGY	Evaluating Business Model	Understand how evaluate the business model	Osterwalder, Part IV
12	STRATEGY	Business Model Perspective on Blue Ocean Strategy	Understand how to blend business model tools with the blue ocean strategy	Osterwalder, Part IV
13	STRATEGY	Managing Multiple Business Models	Understand how manage multiple business model	Osterwalder, Part IV
14	PROCESS	Business Model Design Process	Understand the general process of generating a business model	Osterwalder, Part V
15	FINAL TEST			

<MK2201> Bisnis Mikro dan Kecil

<i>Kode Matakuliah:</i> MK2201	<i>Bobot sks:</i> 3 SKS	<i>Semester:</i> 7 / 8	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> ETM	<i>Sifat:</i> Elective / Pilihan
<i>Nama Matakuliah</i>	Bisnis Mikro dan Kecil			
	Small and Micro Enterprises			
<i>Silabus Ringkas</i>	Mata Kuliah ini memperkenalkan konsep dasar dan praktek usaha Kecil dan Menengah. Mahasiswa dapat memperoleh pemahaman tentang bagaimana membangun dan mengelola usaha kecil dan menengah.			
	<i>This course introduces students to the basics concepts and practices of Small and Medium enterprises. Students can gain an understanding of how to establish and manage a small and medium enterprises.</i>			
<i>Silabus Lengkap</i>	Mata Kuliah ini memperkenalkan konsep dasar dan praktek usaha Kecil dan Menengah. Mahasiswa dapat memperoleh pemahaman tentang bagaimana profil kewirausahaan di Indonesia, Pertumbuhan Internasional UKM, Kebijakan Pemerintah, Manajemen Strategis, Rencana Bisnis , Merancang Model Bisnis yang Kompetitif, Memilih Bentuk Kepemilikan usaha, Melakukan Analisis Kelayakan, Waralaba, Tim Wirausaha, dan Peran Jaringan dalam Pertumbuhan Internasional UKM			
	<i>This course introduces students to the basics concepts and practices of Small and Medium enterprises. Students can gain an understanding of how the entrepreneurial profile in Indonesia, International Growth of SMEs, Enterprise Policy and Government, Strategic Management and the Entrepreneur Intervention, Designing a Competitive Business Model, Choosing a Form of Ownership , Conducting a Feasibility Analysis and Crafting Business Plan, Franchising, Entrepreneurial Teams, The Role of Networks in the International Growth of SMEs</i>			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	1. Understand the concepts and practices of Small and medium enterprises 2. Understand the role of Small and medium enterprises 3. Develop Small and medium enterprises			
<i>Mata kuliah Terkait</i>	-			
<i>Kegiatan Penunjang</i>	-			
<i>Pustaka</i>	1. Matthias Fink, Sascha Kraus, “The Management of Small and Medium Enterprises” , 1st Edition, Routledge, 2009. 2. Simon Bridge , Ken O'Neill , Frank Martin, “Understanding Enterprise: Entrepreneurship and Small Business” 3rd edition, Palgrave Macmillan, 2009. 3. Norman M. Scarborough, Douglas L. Wilson, Thomas W. Zimmerer, “Effective small business management: an entrepreneurial approach” , Pearson Prentice Hall, 2008. 4. Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, “Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management” , Pearson Prentice Hall, 2008. 5. Niina Nummela, “International Growth of Small and Medium Enterprises” , Routledge 2010.			
<i>Panduan Penilaian</i>	Percentage	<i>Knowledge</i> =	30%	
		<i>Skill</i> =	50%	
		<i>Attitude</i> =	20%	
	Activity (hour/week)	<i>Course (kuliah)</i> =	100%	
		<i>Tutorial (Responsi)</i> =	-	
		<i>Lab Works (Prakt)</i> =	-	
		<i>Others:</i> =	-	
	Assessment/penilaian	Individual assignment =	30 %	
		Quiz (Individual) =	20 %	
Mid Test (individual) =		25 %		
Final Test (individual) =		25 %		
<i>Catatan Tambahan</i>				

WEEK #	TOPIC/ MODULE	SUB-TOPIC	OBJECTIVES	READING MATERIALS/ CASES
1	The Driving Force Behind Small Business	<ul style="list-style-type: none"> The role of the entrepreneur in the Indonesia economy. the entrepreneurial profile and benefits of owning a small business. the forces that are driving the growth in entrepreneurship. the contributions small businesses make to the Indonesia economy. 	<ol style="list-style-type: none"> Define the role of the entrepreneur in the Indonesia economy. Describe the entrepreneurial profile and benefits of owning a small business. Explain the forces that are driving the growth in entrepreneurship. Describe the contributions small businesses make to the Indonesia economy. 	Ch.1 (Book 3)
2	Drivers of International Growth of SMEs	Past, Present and the Future International Growth of SMEs	Describe Past, Present and the Future International Growth of SMEs	Ch. 1 (Book 5)
3	Enterprise Policy and Government Intervention	<ul style="list-style-type: none"> Why Governments Intervene: The Aims of Enterprise Policy Enterprise Policy: Approaches and Delivery Methods Does the Policy Work? The Impact of Change 	<ol style="list-style-type: none"> Understand Why Governments Intervene: The Aims of Enterprise Policy Describe Enterprise Policy: Approaches and Delivery Methods Understand how Does the Policy Work Understand The Impact of Change 	Ch. 14,15,16,17,18 (Book 2)
4	Strategic Management and the Entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> The importance of strategic management to a small business. Strategic plan for a business using the ten steps in the strategic planning process. 	<ol style="list-style-type: none"> Describe the importance of strategic management to a small business. Develop a strategic plan for a business using the ten steps in the strategic planning process. 	Ch.2 (Book 3)
5	Designing a Competitive Business Model	<ul style="list-style-type: none"> Small business must create a competitive advantage in the market. The characteristics of three basic strategies: low-cost, differentiation, and focus. 	<ol style="list-style-type: none"> Describe small business must create a competitive advantage in the market. Describe the characteristics of three basic strategies: low-cost, differentiation, and focus. 	Ch.3 (Book 4)
6	Choosing a Form of Ownership	<ul style="list-style-type: none"> the typical issues to be considered in evaluation of different forms of ownership. the advantages and disadvantages of the sole proprietorship, partnership and corporation the features of the alternative forms of ownership such as the S corporation, the limited liability company, and the joint venture 	<ol style="list-style-type: none"> Understand the typical issues to be considered in evaluation of different forms of ownership. Describe the advantages and disadvantages of the sole proprietorship, partnership and corporation Explain the features of the alternative forms of ownership such as the S corporation, the limited liability company, and the joint venture 	Ch.3 (Book 3) Ch.5 (Book 4)
7	Conducting a Feasibility Analysis and Crafting a Winning Business Plan	<ul style="list-style-type: none"> The elements of a solid business plan. The keys to making an effective business plan presentation. The "5 Cs of Credit" and why they are important to potential lenders and investors reading business plans 	<ol style="list-style-type: none"> Describe the elements of a solid business plan. Understand the keys to making an effective business plan presentation. Explain the "5 Cs of Credit" and why they are important to potential lenders and investors reading business plans 	Ch.6 (Book 3) Ch.4 (Book 4)
8	MID TEST			
9	Franchising and the Entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> Importance of franchising in the Indonesia economy. Concept of franchising and the different types of franchises. Benefits and limitations of buying a franchise. 	<ol style="list-style-type: none"> Explain the importance of franchising in the Indonesia economy. Define the concept of franchising and describe the different types of franchises. Describe the benefits and 	Ch. 4 (Book 3)

		<ul style="list-style-type: none"> • Legal aspects of franchising, including the protection offered • The right way to buy a franchise. • Typical franchise contract and some of its provisions. • Current trends shaping franchising. 	<p>limitations of buying a franchise.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Describe the legal aspects of franchising, including the protection offered by the FTC's Trade Regulation Rule. 5. Explain the right way to buy a franchise. 6. Describe a typical franchise contract and some of its provisions. 7. Explain current trends shaping franchising. 	
10	Buying an Existing Business	<ul style="list-style-type: none"> • Advantages and disadvantages of buying an existing business. • Detailed level of analysis necessary before buying a business. • Various methods used in the valuation of a business. • Process of negotiating the deal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Understand the advantages and disadvantages of buying an existing business. 2. Conduct the detailed level of analysis necessary before buying a business. 3. Describe the various methods used in the valuation of a business. 4. Discuss the process of negotiating the deal. 	Ch. 5 (Book 3)
11-12	Entrepreneurial Teams	<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurial Teams and Modelling Entrepreneurial Team Performance • Management Teams and Team Formation in Small Firms • Familiness in New Venture Teams • Founder Team Interaction in Young Software Ventures and its Effects on Customer and Competitor Orientation 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Defining Entrepreneurial Teams and Modelling Entrepreneurial Team Performance 2. Reasons for Management Teams and Team Formation in Small Firms 3. Describe Familiness in New Venture Teams 4. Describe Founder Team Interaction in Young Software Ventures and its Effects on Customer and Competitor Orientation 	Ch. 11,12,13,14 (Book 1)
13-14	Experience, Learning and Innovation	<ul style="list-style-type: none"> • Systematic Innovation Management and the Genesis of Follow-up Innovation in New Technology Based Ventures • Market Experience or External Knowledge? - Types and Sources of Knowledge Used by Internationalising SMEs • Entrepreneurial Opportunities Recognized or Constructed? An Information Perspective on Entrepreneurial Opportunity Identification • The Role of Adaptation and Learning of Entrepreneurs in Managing Outsourcing Relationships 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe Systematic Innovation Management and the Genesis of Follow-up Innovation in New Technology Based Ventures 2. Describe Market Experience or External Knowledge? - Types and Sources of Knowledge Used by Internationalising SMEs 3. Describe Are Entrepreneurial Opportunities Recognized or Constructed? An Information Perspective on Entrepreneurial Opportunity Identification 4. Describe The Role of Adaptation and Learning of Entrepreneurs in Managing Outsourcing Relationships 	Ch. 15,16,17,18 (Book 1)
15	The Role of Networks in the International Growth of SMEs	<ul style="list-style-type: none"> • New Venture Internationalization and Technological Learning: A Social Capital Perspective • Change in SME Internationalization: A Network Perspective • Path of International Growth 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe New Venture Internationalization and Technological Learning: A Social Capital Perspective 2. Describe Change in SME Internationalization: A Network Perspective 3. Describe Path of International Growth: Case Purfilec Ltd 	Ch. 14,15,17 (Book 5)
16	FINAL TEST			

<MK2202> Akuntansi Manajerial

Kode Matakuliah: MK 2202	Bobot sks: 3	Semester: 4	KK / Unit Penanggung Jawab : Business Risk and Finance (BRF)	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Akuntansi Manajerial			
	Managerial Accounting			
Silabus Ringkas	Akuntansi manajerial membahas mengenai informasi akuntansi manajemen meliputi informasi tentang biaya, pendapatan dan aktiva, yang dijadikan dasar oleh manajemen dalam pengambilan keputusan di bidang perencanaan, koordinasi dan pengendalian organisasi bisnis			
	Managerial accounting discuss management accounting information which includes information on costs, revenues and assets, which form the basis by management in decision-making in the areas of planning, coordination and control of business organizations			
Silabus Lengkap	Akuntansi Keuangan menekankan konsep akuntansi dan prosedur yang berhubungan dengan menyiapkan laporan bagi pengguna eksternal informasi akuntansi. Sebagai perbandingan, Akuntansi Manajerial menekankan konsep akuntansi dan prosedur yang relevan untuk menyiapkan laporan untuk pengguna internal informasi akuntansi. Sesungguhnya, semua manajer harus merencanakan dan mengendalikan operasi mereka dan membuat berbagai keputusan. Akuntansi Manajerial menyediakan informasi yang diperlukan untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Akuntansi Manajerial meliputi konsep biaya dan klasifikasi, sistem biaya dan prosedur, alokasi biaya dan sistem ABC, biaya-volume-profit analisis, biaya standar dan analisis varians			
	Financial Accounting stresses accounting concepts and procedures that relate to preparing reports for external users of accounting information. In comparison, Managerial Accounting stresses accounting concepts and procedures that are relevant to preparing reports for internal users of accounting information. Virtually, all managers need to plan and control their operations and make a variety of decisions. Managerial Accounting provides the information needed for planning, control, and decision making. Managerial Accounting includes cost concepts and classifications, costing systems and procedures, cost allocation and ABC system, cost-volume-profit analysis, standard costs and variance analysis			
Luaran (Outcomes)	Para siswa mampu: 1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan semua item biaya yang terjadi dalam perusahaan atau organisasi 2. Menghitung dan menganalisis semua jenis biaya-biaya untuk menyediakan semua informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan			
Matakuliah Terkait	MK 3103 – Analisis Investasi dan Permodalan	Bersamaan		
	MK 3102 – Analisis Risiko Bisnis	Bersamaan		
	MK 2103- Akuntansi Dasar	Prasyarat		
Kegiatan Penunjang	Praktikum			
Pustaka	1. Jiambalvo, James, Managerial Accounting , John Wiley & Sons, Inc., 2007 (Pustaka utama) 2. Garrison Ray H. Managerial Accounting – Concept for Planning, Control, Decision Making (Pustaka pendukung) 3. Weygant, Jerry J. & Donald E. Kieso & Paul D. Kimmel, Managerial Accounting – Tool for Business Decision Making , John Wiley & Sons, Inc., 2008 (Pustaka pendukung)			
Panduan Penilaian	UTS : 35 % UAS : 35 % Tugas : 10 % Quiz : 10 % Presentasi dan diskusi : 10 %			
Catatan Tambahan	Strategi Pedagogi: 1. Untuk mempersiapkan siswa dalam menggunakan informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan manajemen. 2. Untuk membantu siswa dalam mengatasi hambatan psikologis ketika berbicara di kelas. 3. Untuk mendorong siswa untuk menghasilkan karya tulis yang baik			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to Managerial Accounting	Goal of Managerial Accounting, Cost Terms, Keys Ideas, The Controller	The students understand goal of managerial accounting, cost terms, keys Ideas, the controller	Chapter 1 [1] Chapter 1 [2]
2	Manufacturing Costs and Job-Order Costing Systems	Cost Classifications, Production Costs Information in Financial Reporting, Balance Sheet presentation of Product Costs	The students understand and can arrange cost classifications, production costs information in financial reporting, balance sheet presentation of product costs	Chapter 1[1] Chapter 1[2]
3	Manufacturing Costs and Job-Order Costing Systems	Flow of Product Costs, Income Statement presentation of Product Costs, Types of Costing Systems	The students understand and can arrange Flow of Product Costs, Income Statement presentation of Product Costs, Types of Costing Systems	Chapter 2 [1] Chapter 2 [2]
4	Manufacturing Costs and Job-Order Costing Systems	Job-Order Costing Systems, Relation between the Costs of Jobs and the Flow of Costs in Work in Process, Finished Goods, and Cost of Goods Sold, Allocation Overhead to Jobs	The students understand and,explain the meaning of Job-Order Costing Systems, Relation between the Costs of Jobs and the Flow of Costs in Work in Process, Finished Goods, and Cost of Goods Sold, Allocation Overhead to Jobs	Chapter 2 [1] Chapter 3 [2]
5	Process Costing	Difference between Job-Order and Process Costing Systems, Calculation Unit Costs, Calculating and Applying Cost per Equivalent Unit, Production Cost Repoert, Basic Steps in Process Costing	The students understand Difference between Job-Order and Process Costing Systems, Calculation Unit Costs and will be capable for Calculating and Applying Cost per Equivalent Unit, Production Cost Repoert, Basic Steps in Process Costing	Chapter 3 [1] Chapter 4 [2]
6	Cost-Volume-Profit Analysis	Common Cost Behavior Patterns, Cost Estimation Methods, Cost-Volume-Profit Analysis	The students understand and explain Common Cost Behavior Patterns, Cost Estimation Methods, and can analyze Cost-Volume-Profit	Chapter 4 [1] Chapter 6 [2]
7	Cost-Volume-Profit Analysis	Multiproduct Analysis, Assumptions in C-V-P Analysis	The students can explain and analyze multiproduct and assumptions in C-V-P	Chapter 4 [1] Chapter 6 [2]
8	UJIAN TENGAH SEMESTER			
9	Cost Allocation and Activity-Based Costing	Purposes of Cost Allocation, Process of Cost Allocation	The students understand Purposes of Cost Allocation, Process of Cost Allocation	Chapter 6 [1] Chapter 16 [2]
10	Cost Allocation and Activity-Based Costing	Allocating Service Department Costs, Problems with Cost Allocation	The students be capable to explain allocating Service Department Costs, Problems with Cost Allocation	Chapter 6 [1]
11	Cost Allocation and Activity-Based Costing	Activity-Based Costing	The students can understand and explain Activity-Based Costing	Chapter 6 [1]
12	The Use of Cost Information and Management Decisions	Incremental Analysis	The students can understand and explain Incremental Analysis	Chapter 7 [1]
13	The Use of Cost Information and Management Decisions	Decisions Involving Joint Costs, Qualitative Considerations in Decision Analysis	The students understand and can use of Cost Information and Management Decisions	Chapter 7[1]
14	Standard Costs and Variance Analysis	Standard Costs, Variance Analysis: Material Variances, Direct Labor Variances, Overhead Variances	The students can use Standard Costs and Variance Analysis for decision making	Chapter 11[1]
15	IBE Costs Analysis	IBE Group Costs Analysis	The students can carry out IBE Group Costs Analysis	Chapter 11 [1]
16	UJIAN AKHIR SEMESTER			

<MK2203> Kewirausahaan Sosial

Kode Matakuliah: MK3017	Bobot sks: 3	Semester: 7 atau 8	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Kewirausahaan Sosial			
	<i>Social Entrepreneurship</i>			
Silabus Ringkas	Modal sosial, solidaritas mekanik, solidaritas organik, stereotip, prasangka, stigma, dan diskriminasi.			
	<i>Social capital, mechanic solidarity, organic solidarity, stereotype, stigma, and discrimination.</i>			
Silabus Lengkap	Kewirausahaan sosial pada dasarnya merupakan kumpulan dari individu yang memiliki kemampuan solidaritas, baik mekanik, maupun organik. Gotong royong dan empati merupakan inti dari usaha ini.			
	<i>Social entrepreneurship basically is a group of people who have solidarity, whether mechanic or organic. Working together and empathy is the core of this business.</i>			
Luaran (Outcomes)	1. Memiliki rasa empati terhadap masyarakat 2. Mengenalkan bentuk usaha untuk menarik keuntungan sosial (<i>social benefit</i>), yang pada akhirnya dapat mendorong keuntungan finansial			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	Penelitian lapangan			
Pustaka	Bornstein, D. & S. Davis, <i>Social Entrepreneurship</i> , Oxford, 2010. (Pustaka utama)			
	Budimanta, A., Dkk., <i>Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia masa Kini</i> , Jakarta: ICSD, 2008. (Pustaka utama)			
	[Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit] ([Pustaka utama/alternatif/pendukung])			
Panduan Penilaian	Partisipasi (presentasi dan diskusi), tugas (<i>mind map</i>), dan ujian akhir			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Manajemen kelas	<ul style="list-style-type: none"> Tujuan pembelajaran Materi kuliah Sistem perkuliahan Sistem penialaian 	Pemahaman mengenai mata kuliah	
2	Solidaritas (konsep Emile Durkheim)	<ul style="list-style-type: none"> Solidaritas mekanik Solidaritas organik 	Pemahaman mengenai solidaritas berdasarkan konsep Emile Durkheim	
3	Budaya	Pranata dan interaksi sosial	Pemahaman mengenai budaya, pranata, dan interaksi sosial	
4	Budaya			
5	Kekuasaan dan wewenang		Pemahaman mengenai kekuasaan	
6	Kepribadian	Hubungan kepribadian dan budaya	Posisi pribadi di dalam budaya	
7	Perilaku dan sikap	Persepsi, perilaku, stereotip, prasangka, stigma, dan diskriminasi	Perilaku dan sikap untuk menyikapi perbedaan	
8	Kondisi masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> Interaksi sosial Jaringan sosial 	Pemahaman mengenai interaksi dan jaringan sosial dalam masyarakat	
9	Kondisi masyarakat			
10	Pemangku kepentingan	Bagaimana mengidentifikasi para pemangku kepentingan?	Identifikasi para pemangku kepentingan	
11	Kewirausahaan sosial	Konsep dan definisi	Pemahaman mengenai konsep dan definisi kewirausahaan sosial	
12	Kewirausahaan sosial			
13	Kewirausahaan sosial			
14	Masalah sosial	Penyelesaian masalah	Pemahaman mengenai masalah sosial dan penyelesaiannya	
15	Masalah sosial			

<MK2204> Sumber Daya Manusia dan Organisasi

Kode Matakuliah: MK2204	Bobot sks: 3	Semester: 4	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Sumber Daya Manusia dan Organisasi			
	Human Resources and Organization			
Silabus Ringkas	Mata Kuliah terdiri manajemen sumber daya manusia dan organisasi agar visi/misi perusahaan dapat tercapai khususnya perusahaan entrepreneurial. Materi dirancang agar mahasiswa dapat merencanakan, mengelola dan mengkoordinasikan serta mengevaluasi sumber daya manusia.			
	This subject consisted of human resource management and organization to achieve corporate vision /mission especially entrepreneurial companies. The materials are designed so that students are able to plan, manage and coordinate, as well as evaluate human resources.			
Silabus Lengkap	Mata Kuliah ini memperkenalkan landasan pengetahuan, keterampilan dan karakter terkait manajemen sumber daya manusia dan organisasi, serta fungsi atau tugas –tugas dalam pengelolaan SDM agar visi/misi perusahaan dapat tercapai sehingga selain teori diberikan juga metoda praktis untuk menjalankan perusahaan khususnya perusahaan baru serta pengembangannya. Aktivitas perkuliahan dirancang untuk merencanakan, mengelola dan mengkoordinasikan serta mengevaluasi sumber daya manusia dalam organisasi yang meliputi aktivitas MSDM strategik, perancangan organisasi dan budaya organisasi, analisis jabatan, prosedur operasi standar, perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, seleksi, pelatihan dan pengembangan pegawai, penilaian kinerja (termasuk pengembangan karir), keselamatan dan kesehatan kerja, perubahan organisasi serta pengelolaan konflik.			
	This subject introduces the foundation of knowledge, skills and characters relate to human resource management and organization, as well as the functions or tasks in human resources management so that corporate vision /mission can be achieved. Not only theory but also practical method to run the company, especially the new company as well as its development. Course activities are designed to plan, manage, coordinate and evaluate the human resources within the organization that include strategic human resources management activities, organizational design and organizational culture, job analysis, standard operating procedures, human resource planning, recruitment, selection, training and employee development, performance appraisal (including career development), safety and health, organizational change management and conflict management.			
Luaran (Outcomes)	Setelah menyelesaikan mata kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan baik hard skills maupun hard skills terkait manajemen sumberdaya manusia dan organisasi. Mahasiswa mampu memahami peran strategis manajemen SDM dalam perusahaan baru dan berkembang, mampu merencanakan dan merancang fungsi-fungsi manajemen sumberdaya manusia dan organisasi seperti kebutuhan pegawai, perekrutan pegawai, pelatihan dan pengembangan pegawai, remunerasi dikaitkan dengan kondisi organisasi dan perubahannya pada perusahaan serta pengolahan perubahan dan konflik yang terjadi di perusahaan.			
Matakuliah Terkait	Pengantar Bisnis		Prasyarat	
Kegiatan Penunjang	Tugas, Kunjungan Perusahaan, Pengumpulan Data Perusahaan, Bermain Peran/Simulasi			
Pustaka	Gary Dessler, "Human Resource Management", Twelfth edition, 2011, Pearson, Prentice Hall (Pustaka utama)			
	Gareth Jones, "Organizational Theory, Design and Change", Sixth Edition, 2010, Pearson, Prentice Hall. (Pustaka utama)			
Panduan Penilaian	Individu =	55 %	Ujian Tengah Semester-UTS (25%) + Tugas individu (15%) + Partisipasi (5%) + Quiz (10%)	
	Tim =	15%	Disesuaikan melalui Peer Review	
	Soft Skills/Sikap/Karakter =	5%	Komunikasi, Ketabahan, Kegigihan, Kerja Sama, Negosiasi, Kepercayaan Diri	
	UAS =	25%	Ujian Akhir Semester	
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi.	-Silabus dan Kontrak Belajar, - Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia - Peran Strategis Manajemen Sumber Daya Manusia - Organisasi dan Efektivitas Organisasi	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dasar organisasi serta manajemen Sumberdaya manusia strajik dikaitkan dengan visi/misi perusahaan.	Desler: Ch. 1, Ch 3. Jones: Ch.1

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 60 dari 156
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

2	Perancangan Organisasi & Analisis jabatan	- Perancangan Organisasi - Analisis Jabatan - Perancangan Standard Operational Procedure (SOP)	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang organisasi, deskripsi jabatan dan SOP	Jones: Ch.4, Ch.5, Ch.6. Desler: Ch. 4.
3	Budaya Organisasi	Perancangan dan Pengelolaan Budaya Organisasi	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang budaya organisasi	Jones: Ch.7
4	Perancangan Organisasi pada Lingkungan Global	Perancangan Organisasi dan Strategi pada Perubahan Lingkungan Global	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang budaya organisasi dan strateginya pada perubahan lingkungan global	Jones: Ch.8
5	Perencanaan pegawai, Rekrutmen dan Seleksi	Perencanaan pegawai, Rekrutmen, Seleksi dan Wawancara	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang perencanaan pegawai, Rekrutmen, Seleksi dan Wawancara	Desler: Ch. 5, Ch .6
6	Pelatihan dan Pengembangan Pegawai	-Analisis Kebutuhan Pelatihan dan Pengembangan Pegawai - Metode Pelatihan dan Pengembangan Pegawai	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang kebutuhan pelatihan dan pengembangan Pegawai metode pelatihan dan pengembangan pegawai	Desler: Ch. 8
7	Manajemen Kinerja Pegawai	- Manajemen Kinerja - Penilaian Kinerja - Motivasi, Penghargaan dan Hukuman	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang manajemen kinerja, penilaian kinerja, motivasi, Penghargaan dan hukuman	Desler: Ch. 9
8	Sistem Karir	- Coaching - Sistem Karir	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang coaching dan sistem karir.	Desler: Ch. 10
9	UTS			
10	Sistem Kompensasi/remunerasi	- Sistem Kompensasi - Nilai dan Harga Jabatan - Gaji Pokok	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang sistem kompensasi	Desler: Ch. 11
11	Kompensasi berbasis kinerja dan Tunjangan	- Bonus - Fasilitas, - Asuransi Kesehatan, dan - Tunjangan Lainnya	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang kompensasi berbasis kinerja serta komponen dan besaran tunjangan	Desler: Ch. 12
12	Keselamatan dan Kesehatan Kerja	Keselamatan dan Kesehatan Kerja	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang sistem keselamatan dan kesehatan kerja	Desler: Ch. 16
13	Mengelola Sumber daya Manusia dalam Perusahaan Entrepreneurial	- Administrasi Personalia - Strategi pengelolaan SDM pada perusahaan baru	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang administrasi personalia serta strategi pengelolaan SDM pada perusahaan baru	Desler: Ch. 18
14	Kepemimpinan dan Manajemen Perubahan	- Tipe dan Bentuk Perubahan - Kepemimpinan - Organisasi Pembelajaran dan Manajemen Pengetahuan	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang manajemen perubahan dan memahami kepemimpinan dalam perubahan	Jones: Ch.10, Ch.11, Ch.12
15	Manajemen Konflik, Kekuasaan dan Politik	Manajemen Konflik, Power dan Politik	Mengenal, memahami, menguasai serta mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan serta merancang manajemen konflik dan memahami kekuasaan dan politik dalam perusahaan	Jones: Ch.14
16	UAS			

<MK2205> Komputasi dan Analitika Bisnis

Kode Matakuliah: MK2205	Bobots: 2 SKS	Semester: Ganjil/Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Komputasi dan Analitika Bisnis			
	<i>Business Computation and Analytics</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk menganalisis bisnis dengan pendekatan <i>spreadsheet simulation</i>			
	<i>This course aims to develop student's ability to analyze business with spreadsheet simulation approach</i>			
Silabus Lengkap	Sebagai seorang entrepreneur, dibutuhkan kemampuan untuk memahami proses yang terjadi dalam suatu bisnis secara komprehensif. Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan kemampuan melakukan komputasi dan analisa bisnis dengan menggunakan Microsoft Excel sebagai alat bantu. Dengan kemampuan ini, mahasiswa dapat memilah dan mengorganisir informasi yang relevan, menstrukturkan interaksi yang terjadi antar entitas bisnis dan menganalisa konsekuensi yang akan muncul sebagai dampak dari berbagai resiko			
	<i>As an entrepreneur, a comprehensive understanding about all business process is necessary. This course will provide students with ability to do business analysis and simulation with Microsoft Excel as a tool. By creating computational model of the business process, the relevant information can be sorted and organized, the interactions that occur between business entities can be structured and the consequences that will arise as a result of various scenarios can be analyzed.</i>			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa memahami proses komputasi dan analisa bisnis sehingga memperoleh gambaran sistemik dari proses bisnis yang sedang dijalankan untuk kemudian membuat keputusan berdasarkan data dan informasi yang ada			
Matakuliah Terkait	Statistics for Business and Management	-		
	Business Mathematics	-		
Kegiatan Penunjang	Praktikum, Proyek penelitian mandiri			
Pustaka	John F. Barlow, Excel Models for Business and Operations Management, <i>John Wiley & Sons</i> , 2005 (Pustaka Utama)			
	Goodwin, P., G. Wrigth, <i>Decision Analysis for Management Judgment</i> , 2, <i>John Wiley & Sons</i> , 1998 (Pustaka pendukung)			
	Gilbert, N., <i>Agent-based Models</i> , 2, <i>Sage Publications</i> , 2008 (Pustaka pendukung)			
Panduan Penilaian	Tugas (30 %), Praktikum, Penelitian Mandiri			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Ulasan Proses Bisnis Secara Sistemik	Komponen-komponen pembentuk bisnis, pengambilan keputusan dalam bisnis, peran pemodelan dan simulasi dalam membuat keputusan	Memahami bisnis sebagai suatu sistem yang tiap bagiannya membutuhkan pembuatan keputusan. Memahami peran pemodelan dan simulasi mendukung pembuatan setiap jenis keputusan.	Gilbert (Chapter 1-3) Goodwin and Wright (Chapter 17) John F. Barlow (Chapter 1)
2	Pengenalan Metode Komputasi dan Analisa Bisnis	Langkah-langkah pembuatan model dengan Microsoft Excel, validasi, analisa sensitivitas, ketidak pastian dan analisa skenario	Memahami metodologi pembuatan, pengujian dan pembuatan keputusan dari suatu model bisnis	Gilbert (Chapter 1-3) Goodwin and Wright (Chapter 3, 17) John F. Barlow (Chapter 2)
3	Komputasi dan analisa untuk Bidang Keuangan	Investment financing simulation model	Memahami langkah-langkah pembuatan model untuk menganalisa pembiayaan investasi dan membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 3) Praktikum
4			John F. Barlow (Chapter 3) Praktikum	
5	Komputasi dan analisa untuk Analisa Investasi	Model analisa kelayakan investasi	Memahami langkah-langkah pembuatan model untuk menganalisa kelayakan investasi dan membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 4) Praktikum
6	Komputasi dan analisa untuk Bidang Marketing	Marketing dynamics	Memahami langkah-langkah pembuatan model untuk menganalisa dinamika	John F. Barlow (Chapter 6) Praktikum

			pemasaran dan membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	
7		Sales force model	Memahami langkah-langkah pembuatan model untuk menganalisa alokasi tenaga penjualan dan membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 6) Praktikum
8	Komputasi dan analisa untuk Inventory Control 1	Model inventory deterministik, dan probabilistik	Memahami langkah-langkah pembuatan model untuk menganalisa inventory secara deterministik dan probabilistic, serta membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 9) Praktikum
9	Komputasi dan analisa untuk Production Operations	Model logistik, model perencanaan produksi	Memahami langkah-langkah pembuatan model logistik, perencanaan produksi dan model antrian, serta membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 10) Praktikum
10	Analisa resiko bisnis	Pemahaman resiko bisnis, bagaimana menerjemahkan resiko bisnis dengan simulasi, simulasi Monte-Carlo	Memahami resiko bisnis pada situasi yang <i>uncertain</i>	John F. Barlow Praktikum
11		Praktikum Monte-Carlo Simulasi	Melakukan <i>spreadsheet</i> simulasi pada kasus	John F. Barlow Praktikum
12	Komputasi dan analisa untuk Project Management	Simulasi untuk project management	Memahami langkah-langkah pembuatan model project management dan membuat keputusan berdasarkan hasil analisa tersebut	John F. Barlow (Chapter 11) Praktikum
13				
14	Persiapan Proyek Akhir			
15	Proyek Akhir			

<KU206X> Agama dan Etika

KodeMatakuliah: KU206x	Bobotsks: 2	Semester: 4(Genap)	KK / Unit PenanggungJawab:	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	Agama danEtika			
	Religion and Ethics			
SilabusRingkas	Permasalahan moral merupakan hal yang berhubungan dengan baik dan buruknya suatu tindakan. Melalui nilai ketuhanan yang diajarkan dalam setiap agama, diharapkan dapat membantu menentukan baik dan buruknya suatu tindakan. Dalam kuliah ini akan dibahas nilai ketuhanan berdasarkan beberapa teori dalam etika dunia.			
	Since we are concerning on moral problem solving, we are dealing with goodness, what is good. Unfortunately there is no deal about what is good. In this part we will learn the goodness according to some theories in ethics world			
SilabusLengkap	Etika merupakan bagian utama dari ilmu filsafat. Filsafat memiliki beberapa cabang, diantaranya: Ontologi, epistemologi, aksiologi dan logika. Etika adalah bagian dari aksiologi, disamping estetika yang berhubungan dengan nilai-nilai keluhuran. Dalam etika dibahas mengenai moral yang merekomendasikan perbuatan salah dan benar.			
	Ethics is one of the major branches of philosophy. Philosophy has four major branches: ontology, epistemology, axiology, and logics. Ethics is a part of axiology – besides aesthetics - that deals with values. Ethics talks about values of goodness, i.e. moral. The field of ethics, also called moral philosophy, involves systematizing, defending, and recommending concepts of right and wrong behavior			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa mampu menerapkan nilai-nilai keluhuran dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tercipta perilaku yang memiliki ketidakhadiran nilai-nilai ketuhanan.			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	Kegiatan keagamaan			
Pustaka	Velasquez, Manuel, et al. (2009). "Ethics and Virtue", Santa Clara: Markkula Center for Applied Ethics, http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/ethicsandvirtue.html , accessed January, 26, 2009.			
	Magnis-Suseno, Franz. (2004). <i>Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral</i> , Yogyakarta: Kanisius.			
	Velasquez, Manuel, et al. (2009). "Thinking Ethically: A Framework for Moral Decision Making", Santa Clara: Markkula Center for Applied Ethics, http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/thinking.html , accessed January, 26, 2009.			
	Rachels, James. (2003). <i>The Elements of Moral Philosophy</i> , 4 th ed, New York: Mcgraw Hill Companies, Inc.			
Panduan Penilaian				
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Ma</i>
1	Keterkaitan antar hukum alam dan hukum ketuhanan	Hukum alam Hukum ketuhanan	Mahasiswa dapat me
2	Keterkaitan antara kehidupan manusia dan agama	Cakupan agama	Mahasiswa mampu dalam kehidupan se
3	Keterkaitan antara alasan dan kejujuran	Pentingnya kejujuran	Mahasiswa dapat me
4	Hidup dan mati	Proses hidup dan mati	Mahasiswa mampu perjalanan hidup se diharapkan mahasis yang dianutnya.
5	Aktivitas ekonomi	Aktivitas ekonomi dalam pandangan agama	Mahasiswa mampu
6	Kehidupan beragama di seluruh aspek kehidupan	Kehidupan beragama Aktivitas manusia	Mahasiswa mampu hari
7	Ujian Tengah Semester		
8	Etika Profesional	-Etika bagi para profesional	Mahasiswa mampu selalu menjani laik
9	Etika dalam pengembangan teknologi	-Pengembangan teknologi terkini -Nilai ketuhanan	Mahasiswa mampu sesuai dengan kaidah
10	Beberapa kasus terkait nilai ketuhanan yang menjadi kontroversi dalam masyarakat :Kasus Bunuh Diri	Pro dan kontra Kasus Bunuh Diri	Mahasiswa mampu
11	Beberapa kasus terkait nilai ketuhanan yang menjadi kontroversi dalam masyarakat :Kasus Aborsi	Pro dan kontra Kasus Aborsi	Mahasiswa mampu
12	Beberapa kasus terkait nilai ketuhanan yang menjadi kontroversi dalam masyarakat :kasus uethanashia	Pro dan kontra Kasus uethanashia	Mahasiswa mampu
13	Beberapa kasus terkait nilai ketuhanan yang menjadi kontroversi dalam masyarakat :kasus Transgender	Pro dan kontra Kasus Transgender	Mahasiswa mampu
14	Pengembangan <i>soft skill</i>	Pengembangan soft skill	Mahasiswa mampu
15	Ujian Akhir Sem		

SEMESTER V

<MK3001> Perencanaan dan Kelayakan Bisnis

Kode Matakuliah: MK3001	Bobot sks: 4	Semester: 5	KK / Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Perencanaan dan Kelayakan Bisnis			
	Business Planning and Feasibility			
Silabus Ringkas	<p><i>Dalam mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu merencanakan sebuah bisnis yang layak untuk dilaksanakan dilihat dari berbagai aspek seperti operasional, keuangan, sumber daya, dan menilai produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Mahasiswa akan dibekali dan dibimbing dengan pengetahuan merancang bisnis oleh para pengajar, tutor dan para pengusaha yang kompeten dibidangnya.</i></p> <p><i>In this course, students should be able to plan a viable business to be conducted viewed from various aspects such as operational, financial, resources, and evaluate the products according to market needs. Students will be equipped with the knowledge to design business and guided by teachers, tutors and employers who are competent in their field.</i></p>			
Silabus Lengkap	<p><i>Mata kuliah ini merupakan bagian dari rangkaian mata kuliah praktik yang bertujuan memberi pengalaman langsung kepada mahasiswa bagaimana memulai sebuah usaha. Setelah mendapatkan pengalaman merancang sistem dan membangun model bisnis di semester yang lalu, maka dalam mata kuliah ini mahasiswa diberi pengalaman merencanakan sebuah bisnis yang layak untuk dilaksanakan dilihat dari berbagai aspek seperti operasional, keuangan, sumber daya, dan menilai produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Mahasiswa akan dibekali dengan pengetahuan merancang bisnis oleh para pengajar, tutor dan para pengusaha yang kompeten dibidangnya. Para pengusaha ini diundang untuk membagikan pengalaman memulai usaha serta kiat-kiatnya dalam menilai usaha yang layak untuk dikembangkan.</i></p> <p><i>This course is part of a series of practical courses aimed at providing hands-on experience to students how to start a new business. After gaining experience designing and building systems business model in the last semester, so in this course students are given experience of a business plan that is feasible viewed from various aspects such as operational, financial, resources, and evaluate the products according to market needs. Students will be equipped with the knowledge to design business by lecturer, tutors and entrepreneur who are competent in their field. The entrepreneur are invited to share the experience of starting a business as well as the tips in assessing viable business to be developed.</i></p>			
Luaran (Outcomes)	<p><i>At the end of this study student will have the ability to:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. Collect and process data collected for the purpose of business planning.</i> <i>2. Develop a business plan comprehensively.</i> <i>3. Develop social and business network</i> <i>4. Develop good communication and presentation skill.</i> <i>5. Develop characters of entrepreneur.</i> <i>6. Develop knowledge and skill of entrepreneurship.</i> <p><i>Specific goal that students must conform is :</i> <i>Develop a Business Plan</i></p>			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang				
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> <i>1. American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.1</i> <i>2. American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.2</i> <i>3. Timmons and Spinelli: New Venture Creation</i> <i>4. Thornberry: Lead Like an Entrepreneur</i> 			
Panduan Penilaian	Aspect	%	Description	
	Milestone	50	Individual grade by Instructor	
	Participation	20	Individual grade by Instructor	
	Assignment and progress presentation	30	Individual grade by Instructor	
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	<i>Pengenalan, Pembahasan Silabus dan Pengantar</i>	<i>SAP Silabus Pengantar Model Bisnis Pengantar Perencanaan Bisnis</i>	<i>Mengenal Pengajar dan rekan-rekan yang akan menjadi rekan satu tim selama semester ini Menyampaikan bahan pelajaran yang akan dibahas sehingga mahasiswa dapat mempersiapkan diri mereka</i>	<i>SAP, Silabus</i>
2	<i>Deskripsi Produk</i>	<i>Desain Produk Analisis SWOT</i>		<i>Bab II Chapter 5, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>
3	<i>Capaian Pertama</i>	<i>Presentasi Produk</i>	<i>Mempresentasikan produk/jasa yang akan diusahakan oleh mahasiswa/tim</i>	
4	<i>Sumber Daya dan Organisasi</i>	<i>Peran SDM bagi perusahaan Pengadaan, Pemeliharaan, dan Pengembangan sumber daya</i>	<i>Mampu menilai kebiasaan pengusaha sukses yang unik dan pendekatannya terhadap sumber daya – manusia, kapital, dan aset lainnya Mengenal pendekatan Bootstrapping</i>	<i>Bab IV Chapter 11, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>
5	<i>Sumber Daya dan Organisasi</i>	<i>Struktur Organisasi Bentuk Hukum Organisasi</i>	<i>Mampu mengidentifikasi isu-isu dalam memilih dan memberdayakan sumberdaya secara efektif dan efisien disamping para profesional seperti dewan direksi, akuntan, dan konsultan dalam mengelola perusahaan Membangun kepercayaan dengan lingkungan bisnis</i>	<i>Bab IV Chapter 11, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>
6	<i>Capaian Kedua</i>	<i>Presentasi bentuk organisasi perusahaan</i>	<i>Presentasi bentuk organisasi yang akan dijalankan oleh perusahaan mahasiswa</i>	
7	<i>Ujian Tengah Semester</i>			
8	<i>Pemasaran untuk Bisnis Mula</i>	<i>Analisis Pasar Analisis Survei Pasar Evaluasi Ide Bisnis</i>	<i>Mahasiswa diharapkan mampu menganalisis pasar serta melakukan survei pasar terhadap produk/jasa yang akan dikomersialkan Mahasiswa diharapkan mampu memutuskan produk atau jasa yang akan dikomersialkan dapat masuk ke pasar atau tidak</i>	<i>American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.2</i>
9	<i>Pemasaran untuk Bisnis Mula</i>	<i>Strategi Pemasaran Bisnis Mula Model Bisnis</i>	<i>Mahasiswa diharapkan dapat mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi pemasaran yang terjadi di pasar Mahasiswa mampu menentukan model bisnis dan strategi pemasaran yang akan dipakai dalam memasarkan produk/jasa</i>	<i>American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.2</i>
10	<i>Capaian Ketiga</i>	<i>Presentasi bentuk model bisnis perusahaan</i>	<i>Presentasi bentuk model bisnis perusahaan yang akan diaplikasikan</i>	
11	<i>Keuangan untuk Bisnis Mula</i>	<i>Neraca Keuangan Keuangan Manajerial</i>	<i>Mengenal akses-akses sumber daya keuangan dan non keuangan yang dapat meningkatkan pendapatan Mampu membedakan keuangan entrepreneurial dengan keuangan konvensional secara administratif atau keuangan</i>	<i>Bab IV Chapter 13, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
			<i>korporat</i> <i>Mampu mengidentifikasi siklus hidup keuangan perusahaan</i>	
<i>12</i>	<i>Keuangan untuk Bisnis Mula</i>	<i>Keuangan Korporat</i>	<i>Mampu membuat keputusan berdasarkan laporan keuangan</i>	<i>Bab IV Chapter 13, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>
<i>13</i>	<i>Capaian Keempat</i>			
<i>14</i>	<i>Komunikasi dan Memasarkan Ide</i>	<i>Iklan</i> <i>Psikologi Komunikasi</i>	<i>Mampu mengenal aspek-aspek dalam berkomunikasi dan menghasilkan kesepakatan bisnis</i> <i>Mengenal karakteristik kesepakatan yang buruk dan baik</i> <i>Mengenal tahapan memasarkan ide-ide baru serta cara-cara baru dalam memasarkan ide</i>	<i>Bab IV Chapter 15, New Venture Creation, Timmons-Spinelli, Eight Edition, 2009</i>
<i>15</i>	<i>Presentasi Akhir</i>			

<MK3101>Analisis Risiko Bisnis

Kode Matakuliah : MK 3101	Bobot sks : 3	Semester: 5	KK / Unit Penanggung Jawab : Business Risk and Finance (BRF)	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Analisis Risiko Bisnis			
	Business Risk Analysis			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini terdiri dari teori dan prinsip-prinsip manajemen resiko bisnis, mengidentifikasi risiko dan mengevaluasinya, strategi manajemen risiko bisnis, kebijakan manajemen risiko bisnis, struktur dan organisasi untuk manajemen risiko, manajemen risiko bisnis yang spesifik, perencanaan manajemen risiko bisnis dan komunikasi			
	This subject comprises of the theory and business risk management principles, identifying risk and its evaluation, business risks management strategy, business risk management policy, structure and organization for risk management, specific business risk management, business risk management planning and communication			
Silabus Lengkap	Risiko terjadi mulai dari tahap bisnis awal dan terus berkembang selama usaha masih berjalan dengan bentuk-bentuk risikolainnya, dari pembentukan dana, tahap investasi dan produksi , aset berguna untuk menghasilkan pendapatan, penjualan yang memanfaatkan kredit dan piutang, proses bisnis, orang, teknologi dan banyak hal. Kita tidak bisa menghindari atau menghapus risiko. Jika kita membatasi risiko, maka kita akan menghasilkan return yang rendah. Risiko yang lebih tinggi, return yang lebih tinggi dan sebaliknya. Jadi selama perusahaan menjalankan bisnis yang berkelanjutan untuk menghasilkan return, risiko akan menyertai bisnis itu. Mata kuliah meliputi setiap proses dalam bisnis harus jelas digambarkan dan dianalisis karena semua risiko usaha harus diidentifikasi, diukur dan dikelola dengan baik serta bagaimana mencari sumber dana dengan kolaborasi antara dana pemilik (kapitalis ventura) dan pendiri / operator bisnis (mahasiswa) dalam pembagian keuntungan serta pembagian risiko			
	Risks occur starting from the initial business phase and it continues to evolve as long as the business is still running with other forms of risk; from the establishment of funding, investment stage and the production/services of asset utilization to generate income, sales which utilize credit and receivable, business process, people, technology and many things. We can not avoid nor erase the risks. If we limit risks, then we will generate low return. The higher risk, the higher return and vice versa. So as long as the company runs the business sustainable for generating the return, risk will associate with it. This subject includes every process in the business must be clearly described and analyzed as all business risks must be identified, measured and well managed as well as how to seek an source of fund with a collaboration between fund-owner (venture capitalists) and business founder/business operator (i.e. students) in profit sharing as well as risk sharing.			
Luaran (Outcomes)	<p>After the lecturing is accomplished, students is expected to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Appreciate role and business risk function to reach successfully business goals 2. Able to implement a rational approach in adopting business risks process 3. Able to use various tools and techniques to analyze internal and external factors in order to identify, measure, manage and evaluate business risks 4. Appreciate how a decision about business risk is created in various level of corporate management 5. Able to create and to present a proposed plan in controlling and managing business risks within a corporation 			
Matakuliah Terkait	MK 2204 – Business Finance		Prerequisite	
	MK 3201 – Business Planning and Feasibility		Parallel	
	MK 2203- Managerial Accounting		Prerequisite	
Kegiatan Penunjang	Praktikum			
Pustaka	<p>Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i>, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002</p> <p>Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i>, John Wiley & Sons, 2005</p> <p>Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i>, John Wiley & Sons, 2003</p> <p>Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i>, Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004</p> <p>Harrington, Scott E.; Niehaus, Gregory R, <i>Risk Management and Insurance</i>, McGraw-Hill, New York, 2004.</p>			
Panduan Penilaian	<p>UTS :25 %</p> <p>UAS :25 %</p> <p>Tugas :20 %</p> <p>Quiz :10 %</p> <p>Presentasi dan diskusi :20 %</p>			
Catatan Tambahan	<p>Pedagogy Strategy and Message for the lecture:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stimulate discussion into critical analysis - Give assignments to motivate active learning and student participation, mainly in working group discussion - Encourage students to commonly read literatures, particularly English based journals 			

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 69 dari 156
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB</p> <p>Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.</p> <p>Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

SILABUS DAN SATUAN ACARA PERKULIAHAN (SAP)

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Theory and Principles of Business Risk Management	-Risk principles -Risk and return -Type of risks -Steps in Risk Management	Presenting a framework, theory and principles of risk, risk and return philosophy, types of risks as well as risk management	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004
2	Risk Identification, Valuation and Evaluation	- Risk identification - Practical tools and techniques in identifying and measuring risks - Risk metrics according probability, severity and management ability	A main component in risk management starts with the identification, measured by probability, and severity (impact). Internal and external environment will affect business risk management	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004
3	Risk Measurement	- Basic concepts from probability and statistics - Evaluating the frequency and severity of losses	Understanding of how to measure or assess the risk. There are several approach or methods to measure the risk quantitatively or qualitatively. Practical tools and techniques in identifying and measuring risks will also be delivered	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i> , John Wiley & Sons, 2005 -Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i> , John Wiley & Sons, 2003
4	Risk Mitigation	- Risk registers and action Planning - Risk Management techniques (Avoidance, Retention, Mitigation and Risk Transfer)	After the identification and measurement of risk, then the next is how to mitigate those risks. The likelihood and impact of risks had been mapped in the form of risk mapping to assist in the handling of risk based on the level of priority. Several techniques in handling risks will be delivered such as avoidance, retention, mitigation and risk transfer; and management ability in handling risks; risk mitigation and risk monitoring	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i> , John Wiley & Sons, 2005 -Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i> , John Wiley & Sons, 2003
5	Business Risk Planning, Communication, Feedback and Contingencies	- Measuring company ability in dealing with risks - Key risks indicators - Disaster recovery planning - Managing specific business risks (People, process, technology, import and export, business in emerging market)	It discusses the understanding of how detailed of business risk management is planned through the use of Key Risk Indicators (KRI) which measuring company ability in dealing with risks based on its risk profile/risk appetite, how it is communicate to sub-level and stakeholders. It also reviews disruptions, disturbance and contingencies in daily business, Disaster Recovery Planning as well as managing specific business risks (people, process, technology, import and export, business in emerging market)	-Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i> , John Wiley & Sons, 2005 -Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i> , John Wiley & Sons, 2003
6	Business Risks,	- Business Risk	- Recognizing business risks within	-Carl, Olsson, <i>Risk Management</i>

	Business Process and Value of the Firm	- Business Process - Value of the Firm	firm business process to increase the value of the firm - Best practice of enterprise risk management	<i>in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i> , John Wiley & Sons, 2005 -Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i> , John Wiley & Sons, 2003
7	Business Risk in Corporate Policy, Structure and Organizational Issue	- Policy and Strategy - Structure and Organizational Issue	It addresses the importance of risk management recognition in the company wide policy: "Does Risk is recognized in a company wide policy and strategy?" as well as to analyze to what extent SOP and Segregation of Duties are important in managing risks. Students will look several examples of how corporate organization structure is affected by considering risks factors. How the risk is implemented in line with organization structure and its business characteristics	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Camp, Justin J., "Venture Capital Due Diligence: A Guide to Making Smart Investment Choices and Increasing your Portfolio Returns"
8	UJIAN TENGAH SEMESTER			
9	Risk Analysis and Enterprises Risk Management	- Risk Analysis - Enterprises Risk Management	Risk analysis for a business is very important to know the likelihood and impact of these risks, prior to handling risks; sensitivity analysis, scenario analysis and simulations carried out here	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Dowd Kevin, <i>Measuring Market Risk</i> , John Wiley & Sons, 2005 -Elmiger Gregory & Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i> , John Wiley & Sons, 2003
10	Market Risk and Financial Risk	- Market Risk - Financial Risk	Managing corporate risk is basically dealing with market risk, financial risk and operational risk; how to manage market risk and financial risk; techniques and methods of dealing with both risks are discussed here	Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Gladstone, David, "Venture Capital Investing: the Complete Handbook for Investing in Private Businesses for Outstanding
11	Operational Risk	- Processing errors - System failure - Theft and Fraud	All transaction processing errors, system failure, theft and fraud, and all every risk source that lies outside the areas covered by market risk and credit (financial) risk	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004
12	Fundamentals of Early Stage Investing	Sourcing, Evaluating, Valuing, Structuring, Negotiating, Supporting, Harvesting	Recognize and understand of sourcing, evaluating, valuing, structuring, negotiating, supporting, harvesting	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Gladstone, David, "Venture

				Capital Investing: the Complete Handbook for Investing in Private Businesses for Outstanding Profit
13	Risk Retention/Reduction Decisions	<ul style="list-style-type: none"> - Firm Characteristics Affecting Risk Retention (Reduction) Decisions - Evidence of Business Risk Reduction Decisions - Agregated or Disagregated Risk management 	Identify firm characteristics, summarize evidence, and explain the advantage and disadvantage of following a disaggregated approach to risk reduction	<p>-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i>, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002</p> <p>-Gladstone, David, “Venture Capital Investing: the Complete Handbook for Investing in Private Businesses for Outstanding Profit”</p>
14	Hedging (futures and forward contracts)	History of futures markets, basic principles, arguments for and against hedging, futures contracts and forwards contracts, hedging strategies, determination of forward and futures prices	Understand and explain history of futures markets, basic principles, arguments for and against hedging, futures contracts and forwards contracts, hedging strategies, determination of forward and futures prices	<p>-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i>, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002</p> <p>-Gladstone, David, “Venture Capital Investing: the Complete Handbook for Investing in Private Businesses for Outstanding Profit”</p>
15	Hedging (options, and swaps	Mechanics of options markets, options positions, underlying assets, specifications of stock options, swaps mechanism, interest rate swaps and foreign exchange swaps	Identify and explain mechanics of options markets, options positions, underlying assets, specifications of stock options, swaps mechanism, interest rate swaps and foreign exchange swaps	<p>-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i>, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002</p> <p>-Gladstone, David, “Venture Capital Investing: the Complete Handbook for Investing in Private Businesses for Outstanding Profit”</p>
16	UJIAN AKHIR SEMESTER			

<MK3102> Analisis Investasi dan Permodalan

Kode Matakuliah: MK 3102	Bobot sks: 3 Sks	Semester: 5(Lima)	KK / Unit Penanggung Jawab: Risiko Bisnis dan Keuangan	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Analisis Investasi dan Permodalan <i>Investment Analysis and Capital</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini membahas dan menjelaskan berbagai teori investasi bagi mereka yang ingin memasuki dunia investasi, baik investasi pada asset finansial maupun pada asset riil yang penuh dengan risiko dan ketidakpastian. <i>This course discusses and explains the various theories of investment for those who want to enter the world of investment, investment in financial assets and real assets are at full risk and uncertainty.</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini memberikan pengertian yang luas kepada mahasiswa tentang konsep dasar, teori investasi, analisis portofolio, memahami risiko dari berbagai surat berharga (instrumen investasi pada pasar keuangan) termasuk surat berharga derivatif, berbagai pasar keuangan, valuasi surat berharga dan prosedur perdagangan surat berharga serta teknik dan strategi mengevaluasi dan mengelola investasi portofolio. <i>This course gives students a broad understanding of the basic concepts, theory of investment, portfolio analysis, to understand the risks of various securities (investment instruments in the financial markets), including derivative securities, financial markets, valuation of securities and securities trading procedures and techniques and strategies for evaluating and managing investment portfolios.</i>			
Luaran (Outcomes)	Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dalam menganalisis berbagai informasi keuangan dan berbagai teori keuangan untuk menentukan investasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian mahasiswa memiliki pengetahuan tentang portofolio sehingga mampu menentukan portofolio yang efisien.			
Matakuliah Terkait	[MK2204] Keuangan Bisnis	[Mata Kuliah Prasyarat]		
	[MK3102] Analisis Risiko Bisnis	[Bersamaan]		
Kegiatan Penunjang	-			
Pustaka	Investments: Analysis and Management, 12th Edition Copyright © 2000-2013 by John Wiley & Sons, Inc.			
Panduan Penilaian	UTS :30%	UAS :40%	Tugas :20%	Partisipasi/Paper/Kuis :10%
Catatan Tambahan				

Mgu	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Memahami Investasi Alternatif-alternatif Investasi	[6] Menetapkan investasi [7] Mengapa mempelajari investasi [8] Keputusan-keputusan investasi [9] Return dan Risiko [10] Proses keputusan investasi [11] Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi [5] Asset-asset keuangan non marketable [6] Sekuritas pasar uang [7] Skuritas pasar modal [8] Equity Skuritas [9] Skuritas derivatif [10] Opsi [11] Futures	[1] Memahami bidang investasi seperti yang dilakukan saat ini [2] Untuk membantu Anda membuat keputusan investasi yang akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi Anda [3] Untuk membuat harapan yang realistis tentang hasil dari keputusan investasi [8] Memahami berbagai alternatif investasi [9] Menjelaskan perbedaan antara pasar uang dengan pasar modal [10] Menjelaskan instrumen investasi [11] Menjelaskan derivatif instrumen investasi	Ch 1 dan Ch 2
2	Investasi Perusahaan	[4] Investasi tidak langsung [5] Tipe-tipe perusahaan [6] Kategori reksa dana [7] Ekuitas dana [8] Mempertimbangan biaya investasi [9] Dana-dana internasional	[8] Memahami investasi dalam perusahaan [9] Menjelaskan tipe-tipe perusahaan [10] Menjelaskan kategori reksa dana [11] Menjelaskan ekuitas dana [12] Memahami pertimbangan biaya-biaya dari investasi [13] Menjelaskan sumber-sumber dana interasional	Ch 3
3	Sekuritas Pasar	[5] Peranan pasar uang [6] Pasar dalam skuritas	[1] Memahami Peranan pasar uang [2] Menjelaskan Pasar dalam skuritas baru	Ch 4

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB

Kur2013-{KB}

Halaman 73 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

		<ul style="list-style-type: none"> baru [7] Investasi perbankan [8] Pasar sekunder [9] Pasar modal [10] Over-the-counter Markets [11] Pasar ketiga dan keempat [12] Pasar luar negeri [13] Indikator-indikator pasar modal [14] Pasar obligasi [15] Perkembangan pasar 	<ul style="list-style-type: none"> [3] Menjelaskan Investasi perbankan [4] Menejaslan Pasar sekunder [5] Menejaslan Pasar modal [6] Menejaslan Over-the-counter Markets [7] Menejaslan Pasar ketiga dan keempat [8] Menejaslan Pasar luar negeri [9] Menejaslan Indikator-indikator pasar modal [10] Menejaslan Pasar obligasi [11] Menejaslan Perkembangan pasar 	
4	Bagaimana Sekuritas di Perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> [6] Operasi broker / perantara [7] Jenis-jenis akun [8] Biaya-biaya dan Komisi [9] Otomatisasi pasar modal [10] Jenis-jenis order [11] Peraturan [12] Margin account [13] Short selling 	<ul style="list-style-type: none"> [10] Memahami Operasi broker / perantara [11] Indentifikasi Jenis-jenis akun [12] Identifikasi Biaya-biaya dan Komisi [13] Menjelaskan Otomatisasi pasar modal [14] Identifikasi Jenis-jenis order [15] Identifikasi Peraturan [16] Memahami Margin account [17] Memahami Short selling. 	Ch 5
5	Pengembalian dan risiko investasi	<ul style="list-style-type: none"> [6] Menilai asset [7] Komponen-komponen tingkat pengembalian [8] Sumber-sumber risiko [9] Jenis-jenis risiko [10] Mengukur tingkat pengebalian (return) [11] Mengukur return internasional [12] Menggambarkan pengukuran suatu seri terurn [13] Arithmetic Versus Geometric [14] Return yang disesuaikan untuk inflasi [15] Mengukur risiko [16] Mencatat return dan iesiko 	<ul style="list-style-type: none"> [7] Memahami cara Menilai asset [8] Identifikasi Komponen-komponen tingkat pengembalian [9] Identifikasi Sumber-sumber risiko [10] Identifikasi Jenis-jenis risiko [11] Menjelaskan dalam mengukur tingkat pengebalian (return) [12] Mengukur return internasional [13] Menggambarkan pengukuran suatu seri terurn [14] Menjelaskan Arithmetic Versus Geometric [15] Menjelaskan nReturn yang disesuaikan untuk inflasi [16] Memahami dalam Mengukur risiko [17] Memaham cara Mencatat return dan iesiko 	Ch 6
6	Estimasi tingkat pengembalian dan risiko	<ul style="list-style-type: none"> [6] Keputusan invesasi [7] Berurusan dengan ketidakpastian [8] Menghitung expected reurn [9] Menghitung risiko [10] Portofolio expected return [11] Risiko portopolio [12] Mengurangi risiko dalam portofolio [13] Markowitz Diversifikasi [14] Mengukur comovement dalam return sekuritas [15] Koefisien kokrelasi [16] Kovarians [17] Menghitung risiko portofolio [18] Menyederhanakan Perhitungan Markowitz [19] Portofolie yang efisien [20] Diversifiable vs. Diversifiable Risk 	<ul style="list-style-type: none"> [9] Memahami tingkat pengembalain dan risiko [10] Memahami Keputusan invesasi [11] Identifikasi ketidakpastian [12] Menghitung expected reurn dan risiko [13] Memahami Portofolio expected return dan Risiko portopolio [14] Identifikasi dan memahai pengurangan risiko dalam portofolio [15] Memahami Markowitz Diversifikasi [16] Mengukur comovement dalam return sekuritas, Koefisien kokrelasi, dan Kovarians [17] Menghitung risiko portofolio [18] Menyederhanakan Perhitungan Markowitz [19] Identifikasi Portofolie yang efisien [20] Memahami Diversifiable vs. Diversifiable Risk [21] Memahami Capital Asset Pricing Model (CAPM) 	Ch 7

		[21] Capital Asset Pricing Model (CAPM)		
7	Hasil dan harga Obligasi	[5] Tingkat suku bunga [6] Menentukan tingkat suku bunga [7] Mengukur hasil obligasi [8] Realisasi Compound Yield [9] Prinsip penilaian obligasi [10] Menilai obligasi [11] Perubahan harga obligasi [12] Mengukur volatilitas harga obligasi	[10] Memahami dalam menentukan tingkat suku bunga [11] Memahami pengukuran hasil dari obligasi [12] Memahami Realisasi Compound Yield [13] Memahami Prinsip penilaian obligasi [14] Identifikasi Perubahan harga obligasi [15] Dapat mengukur volatilitas harga obligasi	Ch 8
8	UTS			
9	Obligasi : Analisis dan Strategi	[5] Mengapa membeli obligasi [6] Suatu kasus pembelian obligasi [7] Membeli obligasi asing [8] Memahami pasar obligasi [9] Struktur tingkat suku bunga [10] Pure Expectations Theory [11] Liquidity Preference Theory [12] Preferred Habitat Theory [13] Struktur risiko tingkat suku bunga [14] Passive bond strategi [15] Active bond strategis [16] Membangun Portofolio Fixed-Income	[15] Memahami alasan-alasan mengapa membeli obligasi [16] Memahami bagaimana melakukan pembelian obligasi asing [17] Memahami pasar obligasi [18] Memahami Struktur tingkat suku bunga [19] Memahami aplikasi Pure Expectations Theory [20] Memahami aplikasi Liquidity Preference Theory [21] Memahami aplikasi Preferred Habitat Theory [22] Memahami Struktur risiko tingkat suku bunga [23] Memahami Passive bond strategi [24] Memahami Active bond strategis [25] Memahami cara membangun Portofolio Fixed-Income	Ch 9
10	Menilai saham biasa Saham Biasa : Analisis dan Strategi	[3] Analisis Fundamental [4] Pendekatan Present Value [5] Input yang dibutuhkan [6] Dividen discount model [7] Capital Gains [8] Nilai intrinsik [9] P / E Ratio atau Pendekatan Laba Multiplier [10] Pendekatan P/E Ratio [11] Memahami P/E Ratio [12] P/E Ratio dan tingkat suku bunga [13] Teknik-teknik penilaian lainnya [5] Dampak pasar [6] Kebutuhan rate of return [7] Pasive Stock Strategies [8] Aktive stock strategies [9] Rotasi sektor	[1] Memahami Analisis Fundamental [2] Memahami Pendekatan Present Value [3] Identifikasi Input yang dibutuhkan [4] Memahami Dividen discount model [5] Memahami Capital Gains [6] Memahami Nilai intrinsik [7] Memahami P / E Ratio atau Pendekatan Laba Multiplier [8] Memahami Pendekatan P/E Ratio [9] Memahami P/E Ratio [10] Memahami P/E Ratio dan tingkat suku bunga [11] Memahami dan mengetahui Teknik-teknik penilaian lainnya [8] Memahami dan mengidentifikasi dampak pasar [9] Identifikasi kebutuhan rate of return [10] Memahami Pasive Stock Strategies [11] Memahami Aktive stock strategies [12] Memahami Rotasi sektor [13] Memahami Market timing [14] Memahami Efisiensi pasar dan Strategi aktif [15] Memahami Pendekatan untuk Pemilihan Saham [16] Memahami Analisis ekonomi/pasar	Ch 10 dan Ch 11

		[10] Market timing [11] Efisiensi pasar dan Startegi aktif [12] Pendekatan untuk Pemilihan Saham [13] Analisis ekonomi/pasar [14] Analisis industri [15] Analisis perusahaan	[17] Memahami Analisis industri [18] Memahami Analisis perusahaan	
11	Efisiensi Pasar Analisis ekoknomi/pasar	[5] Kondisi-kondisi untuk pasar yang efisien [6] Konsekuensi dari Pasar Efisien [7] Bentuk-bentuk pasar efisien [8] Bukti efisiensi pasar [9] Implikasi hipotesis pasar efisien [10] Anomali pasar [11] Kesimpulan-kesimpulan Tentang Efisiensi Pasar [4] Pendekatan top-down [5] Ekonomi dan Pasar Modal [6] Siklus bisnis [7] Pasar modal dan siklus bisnis [8] Ekonomi Makro Meramalkan Perekonomian [9] Memahami Pasar Modal [10] Penggunaan Tindakan Pasar [11] Penentu Harga Saham [12] Menilai Pasar [13] Perubahan-perubahan peramalan dalam pasar [14] Menggunakan siklus bisnis untuk membuat peramalan [15] Menggunakan Variabel Kunci untuk Membuat peramalan Pasar	[7] Memahami kondisi-kondisi pasar yang efisien [8] Memahami konsekuensi dari Pasar Efisien [9] Memahami Bentuk-bentuk pasar efisien [10] Identifikasi Bukti-bukti efisiensi pasar [11] Memahami Implikasi hipotesis pasar efisien [12] Memahami dan identifikasi Anomali pasar [13] Kesimpulan-kesimpulan Tentang Efisiensi Pasar [1] Memahami endekatan top-down [2] Memahami Ekonomi dan Pasar Modal [3] Memahami Siklus bisnis [4] Memahami Pasar modal dan siklus bisnis [5] Memahami Ekonomi Makro Meramalkan Perekonomian [6] Memahami Pasar Modal [7] Memahami Penggunaan Tindakan Pasar [8] Memahami faktor-faktor Penentu Harga Saham [9] Memahami penilaian Pasar [10] Identifikasi Perubahan-perubahan peramalan dalam pasar [11] Memahami penggunaan siklus bisnis untuk membuat peramalan [12] Memahami penggunaan Variabel Kunci untuk Membuat peramalan Pasar	Ch 12 dan Ch 13
12	Analisis Industri Analisis Perusahaan	[6] Kinerja industri [7] Klasifikasi industri [8] Menganalisis industri [9] Aspek-aspek kualitatif [10] Faktor-faktor kompetitif Poerter [11] Menganalisis prospek masa depan industri [12] Memilih industri untuk tahun mendatang [13] Analisis siklus bisnis	[1] Memahami Kinerja industri [2] Memahami Klasifikasi industri [3] Memahami analisis industri [4] Identifikasi Aspek-aspek kualitatif [5] Identifikasi Faktor-faktor kompetitif Poerter [6] Memahami analisis prospek masa depan industri [7] Memahami pemilihan industri di masa datang [8] Memahami Analisis siklus bisni [1] Analisis fundamental	Ch 14 dan Ch 15

		<ul style="list-style-type: none"> [1] Analisis fundamental [2] Aspek-aspek akuntansi dari earnings [3] Laporan keuangan dasar [4] Laporan keuangan [5] Masalah dalam pelaporan earning [6] Menganalisis profitabilitas perusahaan [7] Analisis Du Pont [8] Mendapatkan perkiraan dari earnings [9] Memperkirakan tingkat pertumbuhan internal [10] Meramalkan EPS [11] Menggunakan estimasi earnings [12] P/E Ratio [13] Dividend Payout Ratio [14] Kebutuhan rate of return [15] Ekspektasi tingkat pertumbuhan [16] Analisis fundamental surat berharga dalam praktek 	<ul style="list-style-type: none"> [2] Aspek-aspek akuntansi dari earnings [3] Laporan keuangan dasar [4] Laporan keuangan [5] Masalah dalam pelaporan earning [6] Menganalisis profitabilitas perusahaan [7] Analisis Du Pont [8] Mendapatkan perkiraan dari earnings [9] Memperkirakan tingkat pertumbuhan internal [10] Meramalkan EPS [11] Menggunakan estimasi earnings [12] P/E Ratio [13] Dividend Payout Ratio [14] Kebutuhan rate of return [15] Ekspektasi tingkat pertumbuhan [16] Analisis fundamental surat berharga dalam praktek 	
13	Pemilihan Portofolio	<ul style="list-style-type: none"> [1] Membangun portofolio [2] Teori portofolio [3] Portofolio yang efisien [4] Memilih portofolio yang optimal asset berisiko [5] Model single index [6] Memilih kelas asset optimal [7] Pinjaman bebas risiko [8] Pemilihan portofolio [9] Risiko nonsystematic 	<ul style="list-style-type: none"> [1] Memahami dan membangun portofolio [2] Memahami Teori portofolio [3] Memahami Portofolio yang efisien [4] Identifikasi pemilihan portofolio yang optimal asset berisiko [5] Memahami Model single index [6] Identifikasi pemilihan kelas asset optimal [7] Memahami Pinjaman bebas risiko [8] Identifikasi pemilihan portofolio [9] Memahami Risiko nonsystematic 	Ch 19
14	Teori pasar modal	<ul style="list-style-type: none"> [1] Capital Market Pricing Model (CAPM) [2] Asumsi-asumsi CAPM [3] Market portofolio [4] Karakteristik market portofolio [5] Capital market line [6] Security market line [7] CAPM's Expected Return-Beta Relationship [8] Estimasi Security Market Line [9] Estimasi Beta [10] Bagaimana mengestimasi Beta yang akurat 	<ul style="list-style-type: none"> [1] Memahami Capital Market Pricing Model (CAPM) [2] Memahami dan identifikasi Asumsi-asumsi CAPM [3] Memahami Market portofolio [4] Memahami Karakteristik market portofolio [5] Memahami Capital market line [6] Memahami Security market line [7] Memahami CAPM's Expected Return-Beta Relationship [8] Identifikasi dan Estimasi Security Market Line [9] Memahami Estimasi Beta [10] Bagaimana mengestimasi Beta yang akurat [11] Memahami Arbitrage pricing theory 	Ch 20

		[11] Arbitrage pricing theory		
15	Manajemen Portofolio	<p>[1] Manajemen portofolio sebagai suatu proses</p> <p>[2] Investor individual vs investor institusional</p> <p>[3] Merumuskan kebijakan investasi dan peraturan</p> <p>[4] Persyaratan hukum</p> <p>[5] Ekspektasi pasar modal</p> <p>[6] Asumsi-asumsi tingkat pengembalian</p> <p>[7] Alokasi ssets</p> <p>[8] Penyesuaian portofolio</p> <p>[9] Mengukur performance</p> <p>[1] Bagaimana seharusnya kinerja portofolio dievaluasi</p> <p>[2] Pertimbangan-pertimbangan</p> <p>[3] AIMR's Standards</p> <p>[4] Mengukur return</p> <p>[5] Mengukur risiko</p> <p>[6] Jensen's Alpha</p> <p>[7] Permasalahan dalam pengukuran</p>	<p>[1] Memahami Manajemen portofolio sebagai suatu proses</p> <p>[2] Memahami dan identifikasi Investor individual vs investor institusional</p> <p>[3] Memahami perumusan kebijakan investasi</p> <p>[4] Memahami dan identifikasi Persyaratan hukum dan peraturan</p> <p>[5] Memahami Ekspektasi pasar modal</p> <p>[6] Memahami dan identifikasi Asumsi-asumsi tingkat pengembalian</p> <p>[7] Memahami Alokasi ssets</p> <p>[8] Memahami Penyesuaian portofolio</p> <p>[9] Mengukur performance</p> <p>[1] Bagaimana seharusnya kinerja portofolio dievaluasi</p> <p>[2] Pertimbangan-pertimbangan</p> <p>[3] AIMR's Standards</p> <p>[4] Mengukur return</p> <p>[5] Mengukur risiko</p> <p>[6] Jensen's Alpha</p>	Ch 21 dan Ch 22
16	Evaluasi kinerja investasi			UAS

<MK3103> Komunikasi dan Negosiasi Bisnis

Kode Matakuliah: MK3103	Bobot sks: 3 SKS	Semester: Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Komunikasi dan Negosiasi Bisnis <i>Communication and Business Negotiation</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan mahasiswa pemahaman mengenai pentingnya komunikasi dan negosiasi yang efektif <i>This course provides insight about the importance of effective communication and negotiation</i>			
Silabus Lengkap	<p>Dalam bisnis, seorang pengambil keputusan akan selalu berinteraksi dengan para pengambil keputusan lainnya, baik yang memiliki tujuan sejalan (rekanan) maupun pesaing. Hal tersebut mengakibatkan kinerja seseorang (atau suatu organisasi) tidak sepenuhnya di dalam kendalinya, sekalipun apabila memiliki tujuan yang searah.</p> <p>Dalam kuliah ini, mahasiswa akan diberikan pemahaman mengenai pentingnya penyampaian komunikasi secara efektif untuk mempermudah koordinasi. Selain daripada itu, wawasan tentang negosiasi juga disampaikan, mengingat negosiasi tidak hanya dilakukan di antara pihak-pihak yang akan bekerjasama, tetapi juga menyelesaikan konflik.</p> <p><i>In any business situation, a decision maker will interact with other decision makers, whether partner or competitor. Therefore, his performance is not solely influenced by his action, rather also by others.</i></p> <p><i>In this course, insight about the importance of effective communication in order to ease coordination is provided. In addition, one of the most effective communication techniques, negotiation, is also studied. Negotiation allows an effective communication not merely among partners likewise among disputing parties.</i></p>			
Luaran (Outcomes)	After following this course, students are expected to have: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ability to listen effectively 2. Ability to frame and reframe the context of discussion and negotiation 3. Ability to identify bias in negotiation 4. Ability to implement effective negotiation 			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	Latihan dan Pembahasan Kasus			
Pustaka	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> . 3 rd edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc, 2005 (Pustaka Pendukung) Jossey-Bass, <i>Conflict Resolution for Managers and Leaders</i> . John Willey & Sons, 2007 (Pustaka Utama) Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i> . Harvard Business School (Pustaka Pendukung)			
Panduan Penilaian	A student's performance in this course will be evaluated through this way: <ol style="list-style-type: none"> 1. Quantity and Quality participation in class discussion (30 %). 2. Assignment and presentation, include the quality of substantial of paper and the presentation (50%). 3. The quality answer of Quiz (20 %). 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to Effective Communication	Role of Communication	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Jossey-Bass, <i>Conflict Resolution for Managers and Leaders</i>
2	Active Listening	<ul style="list-style-type: none"> • What is active listening • Principles of Effective Listening • Why should we care about active listening • How do I listen actively • Common Mistake We Make when People are Upset 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Jossey-Bass, <i>Conflict Resolution for Managers and Leaders</i>
3	Effective Question	<ul style="list-style-type: none"> • What are effective questions • Why should we care about how we ask • How do we ask effective question 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Jossey-Bass, <i>Conflict Resolution for Managers and Leaders</i>
4	Framing and Reframing	<ul style="list-style-type: none"> • Framing Errors • Principles of Reframing 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Jossey-Bass, <i>Conflict Resolution for Managers and Leaders</i>

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 79 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB
 Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.
 Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
		<ul style="list-style-type: none"> Steps of Reframing Practice Problems 		and Leaders
5	Negotiation Biases	<ul style="list-style-type: none"> Inert knowledge problem Availability heuristic Representativeness Anchoring and adjustment Unwarranted causation Belief perseverance Illusory correlation 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i>
6	Negotiation Biases	<ul style="list-style-type: none"> Just world Hindsight bias Functional fixedness Set effect Selective attention Overconfidence Limit of short term memory 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i>
7	Introduction to Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Dynamic of Competition and Cooperation: Negotiation Dilemma Negotiation as a Core Management Competency Most People are Ineffective Negotiators Debunking Negotiation Myths 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i>
8	MidTerm			
9	Preparation: What to Do Before Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Self Assessment Sizing up the Other Party Situation Assessment 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	<ul style="list-style-type: none"> Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i>
10	Distributive Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Bargaining Zone and Negotiation Dance Pie Slicing Strategies Power of Fairness Wise Pie Slicing 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	<ul style="list-style-type: none"> Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i>
11	Win-Win Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Introduction to Win-Win Negotiation Telltale Signs of Win-Win Potential A Pyramid Model Most Common Pie-Expanding Errors 	Kuliah, Diskusi Kelas	<ul style="list-style-type: none"> Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i>
12	Win-Win Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Strategies that do not really Work Strategies that Work A Strategic Framework for Reaching Integrative Agreements Do not Forget about Claiming 	Kuliah, Diskusi Kelas	<ul style="list-style-type: none"> Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i>
13	Creativity and Problem Solving in Negotiation	<ul style="list-style-type: none"> Creativity in Negotiation Creative Negotiation Agreements Negotiation Bias Creative Negotiation Strategies 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	<ul style="list-style-type: none"> Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> Maholtra, D., Bazerman, Max.H., <i>Negotiation Genius</i>
14	Multi-parties Negotiation	Multi-parties Negotiation	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i>
15	Cross-cultural Negotiation	Cross-cultural Negotiation	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Thompson, L.L. <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i>
16	Final Test			

SEMESTER VI

<MK3002> Praktik Inisiasi Bisnis

Kode Matakuliah: MK3002	Bobot sks: 4	Semester: 6	KK / Unit Penanggung Jawab: ETM	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Praktik Inisiasi Bisnis (1)			
	Business Initiation Practise			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini melibatkan mentor bisnis untuk memberikan konsultasi kepada mahasiswa dalam menjalankan bisnisnya. Mahasiswa akan mendapatkan pengalaman langsung dari mentor bisnis nya sehingga mahasiswa akan mendapatkan			
	<i>This course involves business mentors providine consultation to students in running their business. Students will gain hands-on experience of the business mentor experiences so that students will get a lesson learn</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah Inisiasi Bisnis memberikan waktu dan kesempatan kepada mahasiswa untuk mulai menjalankan bisnisnya. Persiapan meluncurkan bisnisnya dimulai dengan membuat rencana bisnis dimana risiko bisnis dipertimbangkan dan pengembangan usaha juga diperhitungkan sebelum akhirnya memutuskan untuk menjalankan bisnis tersebut.			
	Mata kuliah ini mencakup identifikasi dan mengukur peluang pasar, kemudian merencanakan dan memulai bisnis baru. Topik yang dibahas adalah evaluasi rencana peluang, bisnis kewirausahaan, pasar, dan bagaimana untuk mendapatkan pendanaan.			
	Hal ini ditujukan bagi siswa yang ingin memiliki bisnis sendiri, mengembangkan bisnis, dan untuk menjadi anggota tim dalam sebuah perusahaan baru, dan meluncurkan usaha mereka sendiri.			
	<i>Initiation energy is the energy 'to give a kicking start', so that it is needed by the people who would start a business. This energy is typically arising from within us.</i>			
	<i>This course includes identifying and measuring market opportunities, then planning and starting a new business. Topics covered evaluation of opportunities, entrepreneurship, business plan, know the market, and how to get funding.</i>			
	<i>It is intended for students who wish to have their own business, to develop business, to become a team member in a new company, and to launch they own business.</i>			
Luaran (Outcomes)	In this course students are expected to understand, to experience, and to answer the challenges in starting and running a successful business. This course will benefit the future entrepreneurs. Students are focused on important aspects of running a new business, such as target market choice, market penetration strategy, customer retail approach strategy, etc.			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	Praktikum			
Pustaka	<ul style="list-style-type: none"> • Butler, D. (2000), Business planning: a guide to business start-up, Butterworth-Heinemann- A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd • Hougaard, S. (2005), The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship, Springer • Pearce ,L. M. (2008), Business Plans Handbook 13th Volume, Thomson Gale. 			
	<i>Supporting:</i>			
	<ul style="list-style-type: none"> • Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 7th Ed., McGrawHill. • Kawasaki, G., (2004), The Art of The Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio. 			
Panduan Penilaian	Participation	:	20%	
	Lesson learned	:	30%	
	Final assignment, report and presentation	:	50%	
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Opportunity identification (Product/service)	- Idea generation - Idea Evaluation (3M Evaluation)	- Skill to create business opportunity (service or product) - Create mission, vision, and objectives of business	Hougaard, S. (2005), The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship, Springer
2		- Idea evaluation: case study in specific products and services offering		
3	Business overview	- Is this a new or existing business? - Mission, vision, and objectives - Partnership		
4	Operation	- Resources: raw material, machine, etc - Recruiting and employing staff	- Analyzing the availability of resource - Doing market survey - Recognizing their market	Pearce, L. M. (2008), Business Plans Handbook 13 th Volume, Thomson Gale.
5	Market analysis	- Competitor - Industry analysis		Butler, D. (2000), Business planning: a guide to business start-up, Butterworth-Heinemann- A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd
6		- Target market - Market survey		
7		- Market survey		
8	PROGRESS REPORT PRESENTATION			
9	Marketing	- Segmentation and targeting	Product, promotion, place, and price	Hougaard, S. (2005), The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship, Springer
10	Financial planning	- Forecasting income and expenditure on a month by month basis	Budgetary plans	Butler, D. (2000), Business planning: a guide to business start-up, Butterworth-Heinemann- A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd
11		- Forecasts of gross profit margins and net profit margins derived from the budgetary plans. - Cash flow forecasts, and the effects of giving or taking credit.		
12	Source of finance	- The need for additional working capital to sustain business, e.g. by means of short-term overdrafts; or longer-term loans to facilitate expansion of the business. - Affordability of capital investment – do we replace or repair? Do we produce components ourselves, or buy in? Do we use loans or hire purchase to buy equipment, or do we lease?	Working and investment capital	
13	Review business plan	Steps to start: - Location - Vendor - Financial - Team	Feasibility study	
14	Launching Business		Launching business	
15	Preparation for final presentation			
16	FINAL PRESENTATION			

<MK3003> Mentoring Kewirausahaan 1

Kode Matakuliah: MK3003	Bobot sks: 3	Semester: 6	KK / Unit Penanggung Jawab: ETM	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	[Mentoring Kewirausahaan 1 (P)]			
	[Entrepreneurship Mentoring]			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini berupa konsultasi bisnis kepada mahasiswa dengan tujuan mendampingi mahasiswa dalam proses meluncurkan bisnisnya. <i>This course is business consultation to students with the goal of assisting students in the process of launching their business.</i>			
Silabus Lengkap	Pada mata kuliah ini, mahasiswa akan berdiskusi dan berinteraksi dengan para mentor yang telah berhasil menjalankan bisnis mereka. Mahasiswa akan mempelajari langkah-langkah dan hal-hal yang mereka harus tahu pada masa-masa inisiasi bisnis. Mata kuliah ini dirancang untuk melengkapi Praktik Inisiasi Bisnis. <i>In this course, students will discuss and interact with mentors who have successfully run their business. Students will learn the steps and the things they should know in times of business initiation. This course is designed to complement the Business Initiation Practices.</i>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk memulai usaha, mulai dari merencanakan bisnis, mengukur risiko dan menjalankannya. Mahasiswa diharapkan mendapatkan keahlian dalam mengidentifikasi peluang dan menguji peluang tersebut secara ekonomi. Mahasiswa juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah baik pada produk ataupun jasa yang ditawarkan dan juga kepada lingkungan disekitarnya.			
Matakuliah Terkait	MK3201 Praktik Inisiasi Bisnis (P)	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Praktik dan inkubasi			
Pustaka	Jonathan Cagan, Craig M. Vogel, & Bruce Nussbaum, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval, Barnes & Noble, 2001. (Pustaka utama)			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Tugas, laporan dan presentasi sebagai ujian tengah dan akhir semester (80%) Keaktifan dan partisipasi (20%) 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	The importance of business planning		Structure of business plan	Hougaard, S. (2005), The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship, Springer
2	Entrepreneurship as a competency	skill motives, and mindset	- Technical knowledge - Marketing skills	
3			- Sales skills - Organizational skills	
4			- Decision-making - Financial skills, etc	
5	Creative market insight	Solution versus problem orientation	Differentiate between need and want	
6		Creativity and innovation as a problem detector	Using your creativity to solve problem	
7	Progress report presentation			
8	Barrier to entry	Customer access	Knowing your limitation, market behaviour and market segmentation.	Hougaard, S. (2005), The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship, Springer
9		Customer acceptance		
10		Competitor reaction		
11		Inventory: The barrier wheel		
12	Strategies for market entry	First mover - first, the biggest, best		
13		Differentiation		
14		Generic product-market strategy		
15	Preparation for final presentation	Pitching	A good presenter	
16	Final presentation			

<MK3201> Hukum Bisnis dan Sistem Kontrak

Kode Matakuliah: MK3201	Bobot sks: 3	Semester: 4	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Hukum Bisnis dan Sistem Kontrak			
	Business Law and Contract			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan pemahaman tentang hukum dan legalitas yang melingkupi aktivitas bisnis dan pengelolaan organisasi bisnis.			
	This course give understanding to students about law and legality that encompass business activity and business organization management.			
Silabus Lengkap	<p>Aktivitas bisnis mengandaikan keterlibatan manusia di dalamnya dan karenanya lekat dengan permasalahan hukum. Hal ini membawa kepada pentingnya pemahaman tentang hukum dan legalitas di dalam aktivitas bisnis, mengingat hukum mengatur jalannya interaksi antar manusia dalam berkehidupan sosial, termasuk aktivitas bisnis, agar aktivitas bisnis berjalan teratur dan menguntungkan pihak yang terlibat, termasuk juga mendukung keberlangsungan hidup organisasi bisnis. Pemahaman tentang kontrak yang mengikat pihak-pihak yang bersepakat untuk secara bersama-sama terlibat di dalam aktivitas bisnis juga diperlukan agar mahasiswa dapat memanfaatkan keberadaan kontrak itu untuk mendukung aktivitas bisnis.</p> <p>Business activity assumes human involvement in it, and because of that it is very close with legal matter. This condition leads to the importance of the understanding of law and legality in business activity since law regulates how human beings interact with each other in social life, including business activity, so the business activity can run smoothly and prosper involving parties, and also support the sustainability of the business organization. Understanding of contract that bond parties that are agree to involve together in the business acitivity is needed so the students can make us of it to support the business activity.</p>			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan kepada mahasiswa pemahaman mendalam mengenai permasalahan hukum dan legal yang ada di dalam aktivitas bisnis - Memberikan kepada mahasiswa kemampuan untuk merespon permasalahan hukum yang dapat memberikan keuntungan baik bagi karir mereka maupun keberlangsungan bisnis yang dijalankan 			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	-			
Pustaka	<ul style="list-style-type: none"> - Cheeseman ,Henry R. 2001. <i>Business Law</i>, 5th Ed., New Jersey: Prentice-Hall, Inc - Fuady, Munir. <i>Pengantar Hukum Bisnis</i> - Badruzama, Mariam D. <i>Kompilasi Hukum Perikatan</i> - KUHPerdata 			
Panduan Penilaian	Partisipasi Kelas = 20% Kehadiran = 10% Tugas = 20% Ujian Tengah Semester = 20% Ujian Akhir Semester = 30%			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan perkuliahan - Agenda perkuliahan - Rencana perkuliahan - Sistem penilaian 	Memahami garis besar perkuliahan	
2	Pengantar Ilmu Hukum	- Pengantar Ilmu Hukum	Memahami apa yang dimaksud dengan hukum dan proses pembentukan hukum	Henry R. Cheesman Fuady Munir
3	Hukum Bisnis Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> - Bisnis dan aspek legal bisnis - Risiko hukum di dalam aktivitas bisnis - Sistem hukum Indonesia 	Memahami aspek legal dari aktivitas bisnis dan memahami hukum yang mengatur aktivitas bisnis di Indonesia	Fuady Munir
4	Hukum Bisnis Indonesia	- Isu Kritis di dalam Hukum Bisnis Indonesia	Memahami isu-isu kritis di dalam pelaksanaan hukum bisnis di Indonesia	Fuady Munir
5	Kontrak Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> - Aturan umum terkait dengan kontrak bisnis - elemen kontrak bisnis - formasi kontrak berdasarkan hukum Indonesia 	Memahami elemen-elemen yang ada di dalam kontrak yang terkait dengan aktivitas bisnis	Henry R. Cheesman Unit iv halaman 190 dan 380 Fuady Munir
6	Kontrak Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> - Penyusunan kontrak - Penilaian legalitas 	Memahami bagaimana membuat kontrak hukum yang baik dan melakukan penilaian	Fuady Munir

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 84 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

			legal	
7	Organisasi Bisnis	- Perusahaan - Persekutuan perdata - Yayasan - Koperasi	Memahami aspek legal dari organisasi-organisasi bisnis	Fuady Munir KUH Perdata
8	Organisasi Bisnis	- Pendanaan organisasi bisnis - Pasar modal	Memahami mekanisme pendanaan organisasi bisnis, pemanfaatan kredit, kewajiban yang menyertainya, dan aktivitas pasar modal	Fuady Munir
9	Organisasi Bisnis	- Peran Dewan Direksi, Komisaris, dan Pemegang Saham	Memahami peran, hak, tanggung jawab, dan kewajiban dewan direksi, komisaris, dan pemegang saham	Henry R. Cheesman Unit viii halaman 603 dan unit ix halaman 673
10	Hukum Ketenagakerjaan	- UU No.13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan	Memahami kebutuhan hukum yang mengatur ketenagakerjaan dan memahami aturan terkait dengan ketenagakerjaan di Indonesia	Henry R. Cheesman Unit x halaman 786, 825 Fuady Munir
11	Resolusi Konflik dan Perselisihan	- Jenis konflik dan perselisihan di dalam aktivitas bisnis - Resolusi konflik dan perselisihan di dalam bisnis	Memahami mekanisme penyelesaian konflik dan perselisihan yang mungkin terjadi di dalam aktivitas bisnis	Fuady Munir Badruzama, Maria
12	Kepailitan	- Kepailitan - Syarat-syarat kepailitan - Mekanisme pemailitan	Memahami apa yang dimaksud dengan kepailitan di dalam bisnis dan kondisi-kondisi yang menunjang kepailitan organisasi bisnis, serta mekanisme hukum pemailitan sebuah organisasi bisnis	KUH Perdata Henry R. Cheesman unit vi halaman 543
13	Hak Kekayaan Intelektual	- hak kekayaan intelektual - mekanisme pemerolehan hak kekayaan intelektual	Memahami apa yang dimaksud dengan hak kekayaan intelektual, apa saja yang dapat masuk ke dalamnya, dan bagaimana mekanisme pemerolehan hak kekayaan intelektual	Fuady Munir
14	Isu Korupsi	- Korupsi - Gerakan anti korupsi	Memahami apa yang dimaksud dengan korupsi dan aspek hukum yang terkait dengan korupsi	Fuady Munir Badruzama

SEMESTER VII

<MK4001> Praktik Bisnis Mula

Kode Matakuliah: MK4001	Bobot sks: 4	Semester: 7	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Praktik Bisnis Mula			
	Managing Start Up Business			
Silabus Ringkas	Kuliah ini bertujuan agar mahasiswa dapat mengerti dan melaksanakan cara mengatur bisnis mula			
	<i>This course aimed for students to understand and to experience how to manage a start-up business</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini sangat berguna bagi calon pewirausaha dimana mereka bisa belajar strategi untuk menarik konsumen, strategi untuk bekerjasama dengan vendor dan bagaimana cara mengatur keuangan			
	<i>This course is useful for future entrepreneurs, where they will learn: strategy to attract customer, strategy to cooperate with vendors and how to manage financial matters (cash flows, bootstrapping)</i>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk mengelola bisnis mula. Penekanan diberikan kepada pengembangan dan aplikasi pemasaran dan manajemen hubungan dengan konsumen. Kuliah ini juga menawarkan tantangan-tantangan untuk membangun dan memelihara hubungan dengan vendor dan <i>supplier</i> agar tercipta hubungan baik yang berkepanjangan dan saling memberikan nilai tambah. Pengaturan keuangan harian dan juga strategi pendanaan untuk bisnis mula juga dibahas pada mata kuliah ini.			
Matakuliah Terkait	MK3201 Praktik Inisiasi Bisnis	Prasyarat		
	MK4102 Mentoring Kewirausahaan 2	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Praktik dan inkubasi			
Pustaka	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)			
	<ul style="list-style-type: none"> [Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i>, 6th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung) [Timmons, J.A. & S. Spinelli, <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i>, 7th Ed., McGrawHill] (Pustaka Pendukung) 			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Tugas, laporan dan presentasi sebagai ujian tengah dan akhir semester (80%) Keaktifan dan partisipasi (20%) 			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Bagaimana cara melakukan kegiatan pemasaran yang efektif?	<ul style="list-style-type: none"> Strategi untuk menarik konsumen Strategi untuk membina hubungan jangka panjang dengan konsumen 	Pengaturan kegiatan pemasaran	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
2	Bagaimana cara melakukan pengaturan penjualan yang baik?	<ul style="list-style-type: none"> Strategi untuk memilih dan menjalankan penjualan yang tepat Strategi untuk mendapatkan beberapa sumber pendapatan yang berkepanjangan 	Pengaturan kegiatan penjualan	[Fallek, Max. <i>How To Set Up Your Own Small Business</i> . Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
3	Melakukan Evaluasi kegiatan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Strategi evaluasi kegiatan pemasaran dari segi efisiensi (analisis rekanan, analisis jalur dan alat pemasaran, analisis ketepatan kegiatan pemasaran dengan segmen konsumen) 	<ul style="list-style-type: none"> Peta pemasaran Pengembangan dan efisiensi kegiatan pemasaran 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
4	Melakukan Evaluasi kegiatan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Strategi kegiatan evaluasi penjualan (analisis rekanan, analisis tempat dan lokasi, analisis kegiatan penjualan dan segmen konsumen) 	<ul style="list-style-type: none"> Peta penjualan Pengembangan dan efisiensi kegiatan penjualan 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
5	Evaluasi produk atau servis pada pelanggan I	<ul style="list-style-type: none"> Menentukan tingkat kepuasan konsumen pada produk atau service kita Membuat instrumen survey 	Survey langsung kepada pelanggan dengan metode kualitatif atau kuantitatif	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
6	Evaluasi produk atau servis pada pelanggan II	<ul style="list-style-type: none"> Analisa tingkat kepuasan konsumen pada produk atau service kita 	Analisa hasil survey lapangan	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
7	Presentasi keadaan terkini perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepuasan pelanggan Tingkat keberhasilan kegiatan pemasaran dan penjualan yang dijalankan 	Mengerti keadaan perusahaan saat ini dan mengetahui strategi berikutnya	
8	Evaluasi <i>supplier</i> I	Strategi pemilihan <i>supplier</i> yang efisien dan berkepanjangan (analisis resiko dari tiap <i>supplier</i> , analisis SWOT pada tiap <i>supplier</i> dan pemetaan <i>supplier</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis resiko Pemetaan kompetensi <i>supplier</i> 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
9	Evaluasi <i>supplier</i> II	Strategi evaluasi <i>supplier</i> (analisis lokasi, biaya logistik serta distribusi, analisis <i>value chain</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis <i>value chain</i> 	[Fallek, Max. <i>How To Set Up Your Own Small Business</i> . Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
10	Evaluasi Keuangan I	Strategi pendanaan (melalui <i>angle investor</i> , <i>venture capital</i> , kredit atau pinjaman bank), <i>bootstrapping strategy</i> dan analisa peluang sumber pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> Strategi menghadapi investor Strategi bootstrapping dan Strategi pencarian dan pengaturan <i>revenue stream</i> 	[Fallek, Max. <i>How To Set Up Your Own Small Business</i> . Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
11	Evaluasi Keuangan II	Evaluasi kelayakan bisnis	<i>IRR, NPV, BEP, payback</i>	[Fallek, Max. <i>How To Set</i>

		(analisa <i>cashflow</i> , <i>income statement</i> , <i>balance sheet</i> dan <i>break even analysis</i>)	<i>period</i>	Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
12	Utilisasi sumber daya manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi pemanfaatan dan efisiensi sumber daya manusia • Penyusunan SOP dan regulasi internal 	SOP dan regulasi internal	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
13	Utilisasi sumber daya teknologi atau <i>physical</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi pemanfaatan dan efisiensi teknologi • Pengaturan penggunaan sarana prasarana 	Regulasi internal	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
14	Utilisasi sumber daya informasi dan pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi pemanfaatan dan efisiensi sumber daya informasi dan pengetahuan • Pengaturan alur informasi dan pengetahuan 	Regulasi internal	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
15	Presentasi keadaan terkini perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pemaparan keadaan supplier yang ada, kerjasama yang terjalin dan kinerjanya • Kinerja Keuangan • Pemanfaatan Sumber daya 	Mengerti keadaan perusahaan saat ini dan mengetahui strategi berikutnya	

<MK4002> Mentoring Kewirausahaan 2

Kode Matakuliah: MK4002	Bobot sks: 3	Semester: 7	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Mentoring Kewirusahaan 2			
	<i>Entrepreneurial Mentoring</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan pendampingan kepada mahasiswa dengan tujuan untuk membantu mahasiswa menjalankan bisnis dalam tahap awal seefektif dan seefisien mungkin sehingga bisa mendatangkan profit yang berkepanjangan			
	<i>This course provides mentorship to students in order to help students running their start up in effective and efficient way to gain sustainable profit</i>			
Silabus Lengkap	Pada mata kuliah ini, mahasiswa akan berdiskusi dan berinteraksi dengan para mentor yang telah berhasil menjalankan bisnis mereka. Mahasiswa akan mempelajari strategi pemasaran, penjualan, pengaturan supplier dan pemanfaatan sumber daya yang dijalankan oleh para mentornya dan cara mereka mengelolanya. Mata kuliah ini dirancang untuk melengkapi Praktik Bisnis Mula.			
	<i>In this course, students will discuss and interact with mentors who have successfully managed their businesses. Students will learn the mentors' strategies in marketing, sales, supplier management and resources management. This course is designed to complement the Managing Start Up Business</i>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk mengelola bisnis mula. Penekanan diberikan kepada pengembangan dan aplikasi pemasaran dan manajemen hubungan dengan konsumen. Kuliah ini juga menawarkan tantangan-tantangan untuk membangun dan memelihara hubungan dengan vendor dan <i>supplier</i> agar tercipta hubungan baik yang berkepanjangan dan saling memberikan nilai tambah. Pengaturan keuangan harian dan juga strategi pendanaan untuk bisnis mula juga dibahas pada mata kuliah ini.			
Matakuliah Terkait	Mentoring Kewirausahaan 1	Prasyarat		
	MK 4101Praktik Bisnis Mula	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Praktik dan inkubasi			
Pustaka	<ul style="list-style-type: none"> [Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama) [Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i>, 6th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung) [Timmons, J.A. & S. Spinelli, <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i>, 7th Ed., McGrawHill] (Pustaka Pendukung) 			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Tugas, laporan dan presentasi sebagai ujian tengah dan akhir semester (80%) Keaktifan dan partisipasi (20%) 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Kegiatan pemasaran yang efektif	<ul style="list-style-type: none"> Konsultasi dan mentoring strategi untuk menarik konsumen Strategi untuk membina hubungan jangka panjang dengan konsumen 	Pengaturan kegiatan pemasaran	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
2	Pengaturan penjualan yang baik	<ul style="list-style-type: none"> Konsultasi dan mentoring strategi untuk memilih dan menjalankan penjualan yang tepat Strategi untuk mendapatkan beberapa sumber pendapatan yang berkepanjangan 	Pengaturan kegiatan penjualan	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
3	Evaluasi kegiatan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Konsultasi dan mentoring strategi evaluasi kegiatan pemasaran dari segi efisiensi (analisis rekanan, analisis jalur dan alat pemasaran, analisis ketepatan kegiatan pemasaran dengan segmen konsumen) 	<ul style="list-style-type: none"> Peta pemasaran Pengembangan dan efisiensi kegiatan pemasaran 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
4	Evaluasi kegiatan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Konsultasi dan mentoring strategi kegiatan evaluasi penjualan (analisis rekanan, analisis tempat dan lokasi, analisis kegiatan penjualan dan segmen konsumen) 	<ul style="list-style-type: none"> Peta penjualan Pengembangan dan efisiensi kegiatan penjualan 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
5	Evaluasi produk atau servis pada pelanggan I	<ul style="list-style-type: none"> Menentukan tingkat kepuasan konsumen pada produk atau service kita Konsultasi dan mentoring pembuatan instrumen survey 	Survey langsung kepada pelanggan dengan metode kualitatif atau kuantitatif	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
6	Evaluasi produk atau servis pada pelanggan II	<ul style="list-style-type: none"> Konsultasi dan mentoring mengenai nalisa tingkat kepuasan konsumen pada produk atau service kita 	Analisa hasil survey lapangan	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
7	Presentasi keadaan terkini perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepuasan pelanggan Tingkat keberhasilan kegiatan pemasaran dan penjualan yang dijalankan 	Mengerti keadaan perusahaan saat ini dan mengetahui strategi berikutnya	
8	Evaluasi <i>supplier</i> I	Konsultasi dan mentoring strategi pemilihan <i>supplier</i> yang efisien dan berkepanjangan (analisis resiko dari tiap <i>supplier</i> , analisis SWOT pada tiap <i>supplier</i> dan pemetaan <i>supplier</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis resiko Pemetaan kompetensi <i>supplier</i> 	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
9	Evaluasi <i>supplier</i> II	Konsultasi dan mentoring strategi evaluasi <i>supplier</i> (analisis lokasi, biaya logistik serta distribusi, analisis <i>value chain</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Analisis <i>value chain</i> 	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
10	Evaluasi Keuangan I	Konsultasi dan mentoring strategi pendanaan (melalui <i>angle investor</i> , <i>venture capital</i> , kredit atau pinjaman bank), <i>bootstrapping strategy</i> dan analisa peluang sumber pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> Strategi menghadapi investor Strategi bootstrapping dan Strategi pencarian dan pengaturan <i>revenue stream</i> 	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
11	Evaluasi Keuangan II	Konsultasi dan mentoring	<i>IRR, NPV, BEP</i> ,	[Fallek, Max. How To Set

		evaluasi kelayakan bisnis (analisa <i>cashflow</i> , <i>income statement</i> , <i>balance sheet</i> dan <i>break even analysis</i>)	<i>payback period</i>	Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
12	Utilisasi sumber daya manusia	Konsultasi dan mentoring strategi pemanfaatan dan efisiensi sumber daya manusia dan Penyusunan SOP serta regulasi internal	SOP dan regulasi internal	[Kuratko, D.F. & R.M. Hodgetts, <i>Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice</i> , 6 th Ed., South-Western] (Pustaka Pendukung)
13	Utilisasi sumber daya teknologi atau <i>physical</i>	Konsultasi dan mentoring strategi pemanfaatan dan efisiensi teknologi <i>serta</i> pengaturan penggunaan sarana prasarana	Regulasi internal	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
14	Utilisasi sumber daya informasi dan pengetahuan	Konsultasi dan mentoring strategi pemanfaatan dan efisiensi sumber daya informasi dan pengetahuan. Pengaturan alur informasi dan pengetahuan	Regulasi internal	[Fallek, Max. How To Set Up Your Own Small Business. Minneapolis, MN: American Institute of Small Business. c1991 Vol. 1 & 2] (Pustaka Utama)
15	Presentasi keadaan terkini perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pemaparan keadaan supplier yang ada, kerjasama yang terjalin dan kinerjanya • Kinerja Keuangan • Pemanfaatan Sumber daya 	Mengerti keadaan perusahaan saat ini dan mengetahui strategi berikutnya	

<MK4102> Strategi Pertumbuhan Bisnis

<i>Kode Matakuliah:</i> MK4102	<i>Bobot sks:</i> 3	<i>Semester:</i> 7	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	<i>Sifat:</i> Wajib
<i>Nama Matakuliah</i>	Strategi Pertumbuhan Bisnis Business Development Strategy			
<i>Silabus Ringkas</i>	Matakuliah ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan aplikasi konsep, prinsip, kerangka kerja, dan metodologi manajemen stratejik agar perusahaan mampu memperoleh keuntungan lebih dibandingkan perusahaan lain. This course purpose is to provide knowledge and application of strategic management concepts, principles, frameworks and methodologies in order to obtain more profits compared to other organizations.			
<i>Silabus Lengkap</i>	Tujuan matakuliah ini adalah untuk mempelajari dasar-dasar pengelolaan organisasi secara strategis. Manajemen stratejik organisasi adalah sesuatu yang kompleks yang diawali dengan pertanyaan mengapa ada perusahaan yang memiliki keuntungan lebih dari yang lain? Melalui matakuliah ini, mahasiswa akan menjawab pertanyaan tersebut dengan mengintegrasikan pengetahuan dari matakuliah-matakuliah sebelumnya dan pada saat bersamaan belajar dan mengaplikasikan konsep, prinsip, kerangka kerja, dan metodologi manajemen stratejik. The goal of the course is to learn the fundamentals of how to manage organizations strategically. Strategic management of organizations is a complex undertaking which starts with the central question: why are some firms more profitable than others? The course will require students to examine this question by integrating knowledge from prior business courses, while simultaneously learning and applying new strategic management concepts, principles, frameworks and methodologies.			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	Setelah mengikuti matakuliah ini, mahasiswa diharapkan 1. Memahami dasar-dasar manajemen stratejik 2. Memahami prinsip dasar dan hubungan antara fungsi-fungsi bisnis seperti keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan operasi 3. Memahami hubungan antara bisnis dengan individu, organisasi lain, pemerintah, dan masyarakat. 4. Mampu menganalisa lingkungan bisnis secara sistematis			
<i>Matakuliah Terkait</i>				
<i>Kegiatan Penunjang</i>				
<i>Pustaka</i>	Wheelen TL & Hunger JD, "Strategic Management and Business Policy", 13 th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2012. (Pustaka utama) Kaplan, Robert.S & Norton, David.P, "Strategic Focus Organization", Harvard Business School Press, 2001(Pustaka pendukung) Kaplan, Robert.S & Norton, David.P, "Strategic Map", Harvard Business School Press, 2004(Pustaka pendukung)			
<i>Panduan Penilaian</i>	Active individual preparation and participation	Quiz : 10 % Individual Activity : 10 %	20%	
	Active group preparation and participation	Tutorial Class Activity : 15% Discussion Group Activities : 15 %	30%	
	Final exams	Individual	50%	
		TOTAL	100 %	
<i>Catatan Tambahan</i>				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Konsep dasar manajemen stratejik	<ul style="list-style-type: none"> Konsep dasar manajemen stratejik Tantangan globalisasi dan sustainabilitas lingkungan Teori adaptasi 	<ul style="list-style-type: none"> Memahami manfaat manajemen stratejik Memahami bagaimana globalisasi dan kelangsungan lingkungan mempengaruhi manajemen stratejik Memahami model dasar manajemen stratejik dan 	Wheelen Bab 1

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 92 dari 156
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

		<ul style="list-style-type: none"> organisasi Penciptaan Learning organization Model dasar manajemen strategik <i>Inisiasi strategi</i> <i>The Strategic Audit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> komponen-komponennya Mengidentifikasi kejadian-kejadian yang dapat menjadi pemicu perubahan strategis Memahami mode-mode pembuatan-keputusan strategik Menggunakan Strategic Audit sebagai metode untuk menganalisa fungsi-fungsi dan aktifitas korporat 	
2	<i>Corporate Governance</i>	<ul style="list-style-type: none"> Peran Board of Directors Peran manajemen puncak 	<ul style="list-style-type: none"> Menggambarkan peran dan tanggung jawab Board of Directors dalam corporate governance Memahami bagaimana komposisi dari sebuah board dapat mempengaruhi operasi Memahami trend dalam corporate governance Menjelaskan pentingnya kepemimpinan eksekutif dalam manajemen strategik 	Wheelen Bab 2
3	<i>Tanggung jawab sosial dan etika</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tanggung jawab sosial Pembuat Keputusan Strategik Pengambilan keputusan beretika 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu membandingkan pandangan-pandangan yang ada tentang tanggung jawab sosial Memahami hubungan antara tanggung jawab social dan kinerja korporat Mampu menjelaskan konsep keberlanjutan Mampu melaksanakan analisis stakeholder Mampu menjelaskan mengapa muncul perilaku yang tidak etis Mampu menjelaskan berbagai pendekatan mengenai etika 	Wheelen Bab 3
4	<i>Pemindaian Lingkungan Eksternal dan Analisis Industri</i>	<ul style="list-style-type: none"> Analisis lingkungan eksternal Analisis industri <i>Competitive intelligence</i> <i>Forecasting</i> Sintesis faktor eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> Mengenali aspek-aspek lingkungan bisnis yang mempengaruhi keputusan jangka panjang perusahaan Mengidentifikasi aspek-aspek lingkungan yang penting secara strategis Melaksanakan analisis industri untuk memahami kekuatan-kekuatan kompetitif yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam sebuah industri Mampu mengidentifikasi faktor-faktor sukses dan mengembangkan matriks industry Mengetahui bagaimana mengembangkan sebuah scenario industry 	Wheelen Bab 4
5	<i>Pemindaian Lingkungan Internal: Analisis organisasi</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pendekatan resource based untuk analisis organisasi Model bisnis Analisis rantai nilai Pemindaian sumberdaya dan kapabilitas fungsional Sintesis faktor internal 	<ul style="list-style-type: none"> Menerapkan resource view of the firm untuk menentukan distinctive dan core competence Menggunakan VRIO dan rantai nilai untuk mengukur competitive advantage perusahaan dan mempertahankannya 	Wheelen Bab 5
6	<i>Formulasi Strategi: Analisis Situasi dan Strategi Bisnis</i>	<ul style="list-style-type: none"> Analisis SWOT Review misi dan sasaran 	<ul style="list-style-type: none"> Mengorganisir informasi dari lingkungan dan organisasi menggunakan analisis SWOT 	Wheelen Bab 6

		<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan strategi alternative menggunakan Matrix TOWS • Strategi Bisnis 	<p>dan matriks SFAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menghasilkan pilihan-pilihan strategis menggunakan matriks TOWS • Memahami strategi kompetitif dan kooperatif yang dapat digunakan perusahaan • Menyebutkan taktik-taktik kompetitif yang menyertai strategi-strategi kompetitif • Mengidentifikasi tipe-tipe dasar aliansi strategis 	
7	<i>Formulasi Strategi: Strategi Korporat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Korporat • Directional Strategy • Analisis portofolio • Corporate Parenting 	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami tiga aspek strategi korporasi • Menerapkan directional strategy seperti pertumbuhan, stabilitas, dan retrenchment • Memahami perbedaan antara pertumbuhan horizontal dan vertical dan diversifikasi terpusat dan konglomerasi • Mengidentifikasi pilihan-pilihan strategis untuk masuk ke negara lain • Menerapkan analisis portofolio yang dapat dijadikan panduan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dengan banyak produk dan bisnis • Mengembangkan strategi parenting untuk korporasi multi-bisnis 	Wheelen Bab 7
8	<i>1.1.1 Formulasi Strategi: Strategi Fungsional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi fungsional • Keputusan Sourcing 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi sejumlah strategi-strategi fungsional yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi • Memahami aktivitas dan fungsi yang tepat untuk di-outsource dalam rangka memperoleh atau memperkuat competitive advantage 	Wheelen Bab 8

9	<i>Formulasi Strategi: Pilihan Strategis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi yang perlu dihindari • Pemilihan strategi terbaik 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenali strategi-strategi yang perlu dihindari dan memahami mengapa strategi tersebut harus dihindari • Membuat scenario-skenario korporasi untuk mengevaluasi pilihan-pilihan strategis • Menggunakan matriks prioritas stakeholder sebagai alat untuk pengambilan keputusan strategis • Mengembangkan kebijakan untuk implementasi strategi-strategi korporat, bisnis, dan fungsional 	Wheelen Bab 8
10	<i>Implementasi Strategi: Pelaksanaan</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementasi strategi • Pelaksana • Hal yang harus dilakukan • Bagaimana strategi diimplementasikan • Isu internasional dalam implementasi strategi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan program, anggaran, dan prosedur untuk menerapkan perubahan strategis • Memahami pentingnya mencapai sinergi selama implementasi strategi • Menyebutkan tahapan pengembangan korporasi dan struktur yang menjadi ciri dari tiap tahapan • Mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu diubah dari satu tahap ke tahap lainnya • Membentuk struktur matriks dan jaringan yang dapat mendukung strategi organisasi yang fleksibel dan cekatan • Menentukan apakah program-program seperti rekayasa ulang, Six Sigma, dan job redesign adalah metode yang tepat untuk implementasi strategi • Memahami masalah sentralisasi dan desentralisasi dalam korporasi internasional 	Wheelen Bab 9
11	<i>Implementasi Strategi: Staffing and Directing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Staffing • Directing 	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami hubungan antara strategi dan keputusan staffing • Menyesuaikan ketepatan antara manajer dan strategi • Memahami bagaimana mengimplementasikan program downsizing yang efektif • Memahami isu-isu staffing dan directing dalam ekspansi internasional • Menilai dan mengelola budaya korporasi yang sesuai dengan 	Wheelen Bab 10

			<p>strategi baru</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menentukan waktu dan apakah program-program seperti MBO dan TQM adalah metode yang tepat untuk implementasi strategi • Formulasi action plan 	
12	<i>Evaluasi dan Pengendalian</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi dan pengendalian dalam manajemen strategik • Pengukuran kinerja • Sistem Informasi Strategis • Masalah dalam pengukuran kinerja 	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami proses control dasar • Memilih metode-metode yang dapat digunakan dalam menilai kinerja • Menggunakan pendekatan balance score card untuk mengembangkan ukuran kinerja kunci • Menerapkan proses benchmarking untuk sebuah proses atau aktifitas • Memahami pengaruh masalah-masalah dalam pengukuran kinerja • Mengembangkan sistem control yang tepat untuk mendukung strategi tertentu 	Wheelen Bab 11
13	<i>Isu-isu strategis dalam Usaha Baru dan Usaha Kecil</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya usaha kecil dan usaha baru • Penggunaan perencanaan strategis dan manajemen strategik • Isu-isu dalam corporate governance • Isu-isu dalam pemindaian lingkungan dan formulasi strategi • Isu-isu dalam formulasi strategi • Isu-isu dalam implementasi strategi • Isu-isu dalam evaluasi dan pengendalian 	<ul style="list-style-type: none"> • Membedakan usaha baru dan usaha kecil • Menggunakan proses pengambilan keputusan strategik untuk membentuk usaha baru • Membedakan anatara ide dan kesempatan • Mengidentifikasi sumber-sumber konsep inovatif • Menyebutkan karakteristik pewirausaha • Memahami pentingnya melalui tahapan-tahapan pengembangan usaha kecil • Menghindari kecerobohan dalam memeriksa pernyataan keuangan dari usaha kecil 	Wheelen Web Chapter B
14	<i>Isu-isu Strategis dalam Pengelolaan Teknologi dan Inovasi</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Peran manajemen • Pemindaian lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyebutkan perbedaan antara inovasi yang berhasil dan inovasi yang gagal 	Wheelen Web Chapter A

		<ul style="list-style-type: none"> • Formulasi strategi • Implementasi strategi • Evaluasi dan Pengendalian 	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami pentingnya lead users dan riset pasar sebagai sumber ide baru • Menilai pentingnya litbang produk dan proses demi kesuksesan dalam industri 	
15	<i>Isu-isu strategis dalam Organisasi Nirlaba</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengapa organisasi nirlaba? • Pentingnya sumber pendapatan • Pengaruh keterbatasan dalam manajemen strategik • Strategi-strategi nirlaba 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi jenis-jenis organisasi nirlaba • Menjelaskan bagaimana sumber pendapatan mempengaruhi pengambilan keputusan strategis • Membandingkan manajemen strategis untuk organisasi berbasis profit dan organisasi nirlaba • Mendiskusikan strategi-strategi populer yang digunakan organisasi nirlaba 	Wheelen Web Chapter C
16	<i>Ujian Akhir Semester</i>			

<MB3001> Sistem Manajemen Lingkungan

KodeMatakuliah: MB3001	Bobots: 2 sks	Semester: 7	KK/Unit PenanggungJawab: People and Knowledge Management	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	SistemManajemenLingkungan			
	Environmental Management System			
SilabusRingkas	Mata kuliah ini akan memberikan wawasan bagaimana menerapkan wujud sebuah bisnis yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan berkompromi dengan segala bentuk hambatan dan tantangan yang sering muncul dalam pelaksanaannya			
	This course is intended to give insight and knowledge in implementing environmental awareness into business ventures and build strategy to compromise with any obstacles and challenge in the implementation			
SilabusLengkap	Tujuan utama dari mata kuliah ini adalah untuk meningkatkan kesadaran terhadap isu lingkungan yang menjadi bagian penting dari bisnis. Penurunan kualitas lingkungan mempengaruhi bagaimana bisnis dijalankan untuk mendapat keuntungan, dengan adanya restriksi atau pun aturan tambahan. Mata kuliah ini meliputi pengenalan terhadap prinsip-prinsip ekologi dan keberlanjutan, serta kerangka kerja sistem manajemen lingkungan. Mahasiswa juga dikenalkan pada perangkat SML yang banyak dipakai dan taat terhadap peraturan pemerintah Indonesia. Perangkat SML ini memberikan wawasan mengenai cara pengelolaan lingkungan dalam kepentingan yang berbeda sesuai isu dan masalah lingkungan yang ada.			
	The general objective of this course is to raise awareness on environmental issue, as it grows important for business. The degrading environmental quality has effected business and its way of making profit, either as restrictions or guidance. This course includes in general introduction to principal of ecology, framework of Environmental Management System, and principle of Sustainable Development. Students are also introduced to tools in EMS that are common and used widely, also complied with the government regulation in Indonesia. These tools are aimed to provide knowledge of different procedure in managing environmental problem and issues			
Luaran (Outcomes)	Setelah mengikutimatakuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat : <ul style="list-style-type: none"> Memahami keterkaitan antara aktivitas bisnis dan kondisi lingkungan Memiliki pengetahuan dasar mengenai perangkat yang digunakan dalam bisnis yang ramah lingkungan Mampu mengkritisi dan analisa permasalahan yang dihadapi sector bisnis dalam upayanya mengimplementasi bisnis ramah lingkungan Upon completion of the course, students are expected to; <ul style="list-style-type: none"> Understand the relation of business activities and environment condition Have basic knowledge about the tools in applying environmentally friendly business. Able to critical analyze problems that facing by business sectors in their attempt on implementing environmentally friendly concepts			
Matakuliah Terkait	Tidak ada		Tidak ada	
Kegiatan Penunjang	Pengamatan lingkungan, field trip, movie review			
Pustaka	Barrow, JC (2006) Environmental Management for Sustainable Development. Routledge Taylor & Francis Group Publishing. New York (Pustaka Utama)			
	Suma.T.D, Famiola. M (2004) Kawasan Industri Ramah Lingkungan. Rekayasa Sain, Bandung (Pustaka Utama)			
	Russo, Michael V (2009) Environmental Management Readings and Cases. Sage Publishing, Inc. USA. (Pustaka Pendukung)			
	Daniel D. Chiras (2001). Environmental Science: Creating a Sustainable Future. John Wiley & Sons, Inc. United States			
Panduan Penilaian		UTS =	25%	
		Presentasi akhir =	40%	
		Tugas Individu =	25%	
		Peer evaluation +	10%	
Catatan Tambahan				

Mg #	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	Penjelasan Mata Kuliah	Menjelaskan lingkup perkuliahan dan sistem penilaian selama satu semester kuliah berlangsung	
2	Kerangka Sistem Manajemen Lingkungan	Kerangka Sistem Manajemen Lingkungan	Menjelaskan kerangka kerja SML yang banyak digunakan	Barrow, JC (2006)
3	Ekologi dan Status Lingkungan Alami	Konsep dasar ekologi dan status lingkungan alami	Mengulas kembali pemahaman mahasiswa tentang konsep alam dan sistem yang ada di alam	Daniel D. Chiras (2001).
4	Perangkat dalam SML	Amdal	Menjelaskan konsep dan langkah-	Suma.T.D, Famiola.

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 98 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB
Dokumen ini adalah milik Program Studi [Nama Prodi] ITB.
Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [Kode Prodi]-ITB.

			langkah dalam Analisis Dampak Lingkungan	M (2004)
5	Perangkat dalam SML	Audit Lingkungan	Menjelaskan konsep dan langkah-langkah dalam Audit Lingkungan	Barrow, JC (2006)
6	Perangkat dalam SML	ISO 14000	Menjelaskan konsep dan langkah-langkah penerapan ISO 14000	Barrow, JC (2006)
7	Perangkat dalam SML	Life Cycle Analysis	Menjelaskan konsep dan langkah-langkah penerapan LCA	Barrow, JC (2006)
8	UTS			
9	Perangkat dalam SML	Economic Valuation	Menjelaskan konsep dan langkah-langkah penerapan Economic Valuation	Daniel D.chiras (2001). Suma.T.D, Famiola. M (2004)
10	Perangkatdalam SML	Environmental Risk Assessment	Menjelaskan konsep dan langkah-langkah penerapan ERA	Daniel D.chiras (2001).
11	Perangkat dalam SML	DosenTamU		
12	Field trip			
13	Movie review	Erin Bronkovich	Memahami praktek audit lingkungan	
14	Isu-isu keberlanjutan lingkungan untuk bisnis	Efisiensi energi Pengurangan limbah dan polusi Produksi bersih dll	Memberikan wawasan tentang isu-isu lingkungan yang harus dipertimbangkan dalam industry ramah lingkungan	Suma.T.D, Famiola. M (2004)
15	Corporate Practice	Eco-Industrial Park (Kawasan Industri yang ramah lingkungan): Sebuah inovasi kolaborasi dalam menerapkan praktek lingkungan dalam industri	Memberikan wawasan baru pada mahasiswa berbagai inovasi yang berkembang dalam mewujudkan sistem bisnis yang ramah pada lingkungan	Suma.T.D, Famiola. M (2004)
16	UAS			

<MK4103>Metode Penelitian Bisnis

Kode Matakuliah: MK4103	Bobot sks: 3 SKS	Semester: 7	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Metoda Penelitian Bisnis			
	<i>Business Research Method</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini berfokus pada pengembangan keahlian untuk mendesain tahap demi tahap penelitian dan melatih ketrampilan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, fokus dari matakuliah ini adalah melakukan tahapan penelitian, tidak semata-mata memahaminya. Karena bertujuan untuk pengembangan keahlian, maka komposisi mata kuliah ini adalah berimbang dengan 50% teori dan 50% praktek.			
	<i>The course will focus on the skill of designing step by step how to implement Business Research Methodology and will also practice the exercise of research skills.. Therefore the focus is on the capabilities in doing not just understanding. The composition between theoretical and practical is 50% theory and 50% practices</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah Metoda Riset bisnis menawarkan pengetahuan dan kemampuan dalam keterampilan dalam melakukan penelitian secara tepat terhadap permasalahan-permasalahan bisnis dengan didukung oleh metodologi yang valid, pengambilan data yang reliabel, akurat analisis dan interpretasi yang baik, untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Mahasiswa akan dilengkapi dengan keterampilan seperti menganalisa kebutuhan, eksplorasi dari riset, tahapan sistematis dari penelitian, kemampuan melakukan survey, observasi, eksperimen, pengumpulan data primer dan sekunder, analisis data, interpretasi, dan membuat laporan penelitian serta menyajikan hasil risetnya			
	<i>The Business Research Method course provides students with knowledge and skills in relation to conducting applied research appropriate to the business-related issues experienced by by organizations. It deals with matters concerning the devising of a valid methodology, reliable data collecting, accurate analysis and meaningful interpretation. It also develops the skills needed for the professional communication of research results both written and oral required as data to improve quality of decision making. Students will be equipped with certain skills such as analyzing and exploring the needs of types of business research, the systematic development of research strategies: a capability in conducting surveys, observations and experiments, primary and secondary data collecting, data analysis, and interpretation, composing a research proposal and presenting the results of research in oral and visual form.</i>			
Luaran (Outcomes)	<p><i>Competence :</i></p> <p><i>To identify basic research methods - quantitative, qualitative, mixed – most appropriate for investigating types of elementary research problems</i></p> <p><i>To define simple research topics in different areas of business and management.</i></p> <p><i>To analyse simple qualitative data</i></p> <p><i>To carry out independent and team research using basic qualitative methods of interviewing and observation in relation to individuals, groups and organisations.</i></p> <p><i>To employ simple quantitative research techniques</i></p> <p><i>To use IT statistical packages such as SPSS Understanding the scope of content and target to be achieved</i></p> <p><i>To design and develop a questionnaire</i></p> <p><i>To analyse survey results</i></p> <p><i>To conduct interviews</i></p>			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	Praktikum, Group work			
Pustaka	Zikmund, W.G. (2003), Business Research Method, 7 th edition, South-Western Thomson (Pustaka utama)			
	Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). Multivariate Data Analysis, Sixth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall (Pustaka pendukung)			
	Santoso, S. (2010). <i>Statistik Multivariat</i> . Jakarta: Elex Media Komputindo (Pustaka pendukung)			
	Wibisono, D. (2003) Riset Bisnis: Panduan bagi Praktisi dan Akademisi, Penerbit Gramedia Pustaka Utama (Pustaka pendukung)			
	Saunders, Mark and Philip Lewis (2012) <i>Doing Research in Business and Management</i> (2012) (Pustaka utama)			
	Bernard, H. Russell (2006 Fourth edition) <i>Research Methods in Anthropology</i> (Pustaka pendukung)			
	Neuman, W. Lawrence (2006 Sixth edition) <i>Social Research Methods</i> (Pustaka pendukung)			
Panduan Penilaian	Group work, Epractical exercises(interviewing; designing questionnaires and surveys), written research proposal			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to Business Research	Role of business research, example of business research, ethical issues	Kuliah, diskusi kelas,	Chapter 1,2; Zikmund, 2003
2	Early Stages in Business Research Process	Problem definition, qualitative and quantitative analysis, research methodology	Kuliah, diskusi kelas,	Chapter 3,4,5; Zikmund 2003
3	Data Collection Method	Overview of survey, basic methods of communication with respondents, observation method, experimental method	Kuliah, diskusi kelas,	Chapter 6,7,8; Zikmund, 2003
4	Attitude and Behavior Measurement	Measuring attitude and behaviour in a survey, Identifying dependent-independent variable	Kuliah, diskusi kelas,	Chapter 9,10; Zikmund, 2003
5	Preparing a Questionnaire	Developing questions, scaling method	Praktikum	Chapter 16,17,18,19, Zikmund, 2003
6	Preparing Observation and Interview draft	Developing structured interview and observation guidance	Praktikum	
6	Analyzing Survey Result	Validity and Reliability Test, Statistical Tools (Multiple Regression and Factor Analysis) Statistical Tools (ANOVA and Cluster Analysis)	Kuliah Praktikum, kasus	Chapter 11, 12; Zikmund, 2003
7		Coding and	Kuliah, Praktikum, kasus	Chapter 13,20; Zikmund 2003
8	Coaching	Topic, Research Questions and Literature Review	Praktikum,	
9		Data collection method, questionnaire, interview/ observation	Praktikum	
10		Data processing, analysis and highlight of the important findings	Praktikum	
11	Report Writing and Presentation	Outline report, rule in report Writing, presentation technique	Kuliah, diskusi kelas	
12	Coaching	Report writing and presentation	Praktikum, kasus	
13	Group Work		Kerja kelompok mandiri	
14	Project Presentation		Presentasi	
15	Final Report Submission		laporan	

SEMESTER VIII

<MK4003> Praktik Pengembangan Bisnis

Kode Matakuliah: MK4003	Bobot sks: 4	Semester: 8	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Praktik Pengembangan Bisnis <i>Growing Business</i>			
Silabus Ringkas	Kuliah ini memberikan kerangka pematangan rencana ketika wirausahawan harus memutuskan cara dan strategi agar bisnisnya dapat selalu tumbuh dan memiliki keunggulan kompetitif melalui aktivitas inovatif. <i>This course provides a framework for a forethought when the entrepreneur should decide the best action and strategies, so that his business grows and has competitive advantages through innovative activities.</i>			
Silabus Lengkap	<p>Pada mata kuliah ini, mahasiswa akan dibawa kepada suatu pemahaman, bahwa inovasi internal dan eksternal merupakan suatu keniscayaan yang harus dijalankan oleh setiap wirausahawan agar bisnisnya dapat selalu bertumbuh dan memiliki keunggulan kompetitif. Mata kuliah ini memberikan kerangka untuk memantapkan perencanaan ketika wirausahawan harus memutuskan cara menstrukturkan organisasi dalam berinovasi, mengatur tim-tim dalam organisasi untuk berinovasi, menentukan peran yang harus ditonjolkan, menyusun sumber daya untuk memperoleh keuntungan kompetitif atas industri lain, dan menggunakan kapabilitas untuk memunculkan aktivitas-aktivitas inovatif.</p> <p><i>In this course, students will be brought to an understanding, that the internal and external innovation are necessity and should be implemented by every entrepreneur in order to grow his business and to always have competitive advantages. This course provides a framework to prepare a forethought when the entrepreneur should decide how to structure an organization in innovating, to manage teams within the organization to innovate, to determine the role that should be highlighted, to prepare resources to gain competitive advantages, and to use the capability to create innovative activities.</i></p>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk mengelola inovasi di dalam bisnis. Penekanan diberikan kepada pengembangan dan aplikasi model dan perangkat analitis untuk menjelaskan interaksi antara kompetisi, ide-ide baru, pola-pola teknologi, dan perubahan pasar; dan juga pada struktur dan pengembangan kapabilitas internal. Kuliah ini juga menawarkan tantangan-tantangan untuk membangun dan memelihara suatu organisasi yang inovatif, dan mengembangkan individu agar dapat berinovasi dengan gemilang dalam organisasi.			
Matakuliah Terkait	MK4101 Praktik Bisnis Mula	Prasyarat		
	MK4202 Mentoring Kewirausahaan 3	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Praktik dan inkubasi			
Pustaka	Jonathan Cagan, Craig M. Vogel, & Bruce Nussbaum, <i>Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval</i> , Bames & Noble, 2001. (Pustaka utama)			
	[Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit] ([Pustaka utama/alternatif/pendukung])			
	[Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit] ([Pustaka utama/alternatif/pendukung])			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Tugas, laporan dan presentasi sebagai ujian tengah dan akhir semester (80 %) Keaktifan dan partisipasi (20 %) 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Apa yang mendorong pengembangan produk?	<ul style="list-style-type: none"> Menetapkan kembali <i>bottom line</i> Mengidentifikasi peluang 	Identifikasi peluang bisnis	Bab 1, <i>Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval</i>
2	Apa yang menggerakkan pengembangan produk baru?			Bab 1, <i>Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval</i>
3	<i>Moving to the upper right</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mengintegrasikan <i>style</i> dan teknologi <i>Style</i> vs. teknologi: Sejarah singkat evolusi <i>style</i> dan teknologi di abad 19 dan 20 <i>Middle class and the height of mass marketing</i> Peta <i>positioning</i>: <i>Style</i> vs. teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> Peta <i>positioning</i> Pengembangan produk 	Bab 2, <i>Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval</i>

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 102 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

		<ul style="list-style-type: none"> • Peta Positioning Starbucks • <i>Knockoffs and rip-offs</i> • Revolusi vs. evolusi pengembangan produk 		
4	<i>Moving to the upper right</i>			Bab 2, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
5	<i>The upper right: The value quadrant</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The sheer cliff of value-the third dimension</i> • <i>Value opportunities</i> • Grafik <i>value opportunity</i> dan analisis • Waktu dan tempat untuk <i>value opportunities</i> • <i>The upper right for industrial products</i> 	<i>Value opportunities</i>	Bab 3, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
6	<i>The upper right: The value quadrant</i>			Bab 3, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
7	Dasar dari keberhasilan strategi <i>brand</i> : Terobosan produk dan jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi <i>brand</i> dan strategi produk • Komitmen perusahaan terhadap produk dan <i>brand</i> • Nilai perusahaan dan konsumen • Mengatur <i>brand</i> produk • Mulai dari <i>scratch</i>: Iomega • Memelihara dan menetapkan identitas : Harley • <i>Brand</i> dan <i>value opportunities</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi <i>brand</i> dan strategi produk • Komitmen perusahaan pada produk dan <i>brand</i> • <i>Brand and value opportunities</i> 	Bab 4, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
8	Dasar dari keberhasilan strategi <i>brand</i> : Terobosan produk dan jasa			Bab 4, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
9	Pendekatan komprehensif terhadap <i>user-entered</i> : Pengembangan terpadu produk baru	<ul style="list-style-type: none"> • Klarifikasi <i>the fuzzy front end of new product development: User-centered iNPD process</i> • Alokasi sumber daya 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan produk • Alokasi sumber daya 	Bab 5, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
10	Pendekatan komprehensif terhadap <i>user-entered</i> : Pengembangan terpadu produk baru			Bab 5, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
11	Mengintegrasikan disiplin dan mengatur tim yang bervariasi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>User-centered iNPD facilitates customer value</i> • Memahami <i>perceptual gaps</i> • <i>Team functionality part differentiation matrix</i> • Isu dalam manajemen tim: Penguatan tim • <i>iNPD team integration effectiveness</i> 	Penguatan tim	Bab 6, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval

12	Mengintegrasikan disiplin dan mengatur tim yang bervariasi			Bab 6, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
13	Memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pemakai	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Overview: Usability and desirability</i> • Pendekatan terpadu terhadap proses <i>user-driven</i> • Pengembangan skenario (bag. 1) • <i>New product ethnography</i> • <i>Lifestyle reference</i> • <i>Ergonomic: interaction, task analysis, and anthropometrics</i> • Pengembangan skenario (bag. 2) • Melebarkan fokus • Definisi produk • Menggambarkan/mem bayangkan ide dan konsep • <i>Research acknowledgements</i> 		Bab 7, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
14	Memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pemakai			Bab 7, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
15	<i>Innovation as leadership</i>			Rangkuman dari Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval

<MK4004> Mentoring Kewirausahaan 3

Kode Matakuliah: MK4004	Bobot sks: 3	Semester: 8	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Mentoring Kewirausahaan 3 <i>Entrepreneurial Mentoring</i>			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan pendampingan kepada mahasiswa dengan tujuan untuk menjamin pertumbuhan bisnis dan mempertahankannya agar tetap bertahan dengan mempraktikkan inovasi dalam setiap aktivitasnya. <i>This course provides mentorship to students in order to guarantee business growth and to maintain sustainability by practicing innovation in every activity.</i>			
Silabus Lengkap	Pada mata kuliah ini, mahasiswa akan berdiskusi dan berinteraksi dengan para mentor yang telah berhasil menumbuhkan bisnis mereka. Mahasiswa akan mempelajari inovasi yang dijalankan oleh para mentornya dan cara mereka mengelola inovasi dan fungsi-fungsi bisnis yang dibutuhkan untuk berinovasi. Mata kuliah ini dirancang untuk melengkapi Praktik Pertumbuhan Bisnis. <i>In this course, students will discuss and interact with mentors who have successfully managed to grow their businesses. Students will learn the mentors' innovations and the way they manage innovation and business functions needed to innovate. This course is designed to complement the Growing Business.</i>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk mengelola inovasi di dalam bisnis. Penekanan diberikan kepada pengembangan dan aplikasi model dan perangkat analitis untuk menjelaskan interaksi antara kompetisi, ide-ide baru, pola-pola teknologi, dan perubahan pasar; dan juga pada struktur dan pengembangan kapabilitas internal. Kuliah ini juga menawarkan tantangan-tantangan untuk membangun dan memelihara suatu organisasi yang inovatif, dan mengembangkan individu agar dapat berinovasi dengan gemilang dalam organisasi.			
Matakuliah Terkait	MK4201 Praktik Pertumbuhan Bisnis	Bersamaan		
	[<i>Kode dan Nama Matakuliah</i>]	[<i>Prasyarat, bersamaan, terlarang</i>]		
Kegiatan Penunjang	Praktik dan inkubasi			
Pustaka	Jonathan Cagan, Craig M. Vogel, & Bruce Nussbaum, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval, Barnes & Noble, 2001. (Pustaka utama) [<i>Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit</i>] ([<i>Pustaka utama/alternatif/pendukung</i>]) [<i>Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit</i>] ([<i>Pustaka utama/alternatif/pendukung</i>])			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Tugas, laporan dan presentasi sebagai ujian tengah dan akhir semester (80%) Keaktifan dan partisipasi (20%) 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengembangan produk baru	Inovasi	Deskripsi produk baru hasil pengembangan	Bab 1, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
2	Pengembangan produk baru			Bab 1, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
3	Inovasi berbasis pasar	<ul style="list-style-type: none"> Positioning produk Keinginan pasar 	<ul style="list-style-type: none"> Peta positioning Pengembangan produk 	Bab 2, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
4	Inovasi berbasis pasar			Bab 2, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
5	Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> Value proposed Ekspektasi pasar vs. Kualitas yang diterima 	<ul style="list-style-type: none"> Value proposition baru Inovasi pasar 	Bab 3, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
6	Value proposition			Bab 3, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
7	Brand	<ul style="list-style-type: none"> Hubungan antara produk dan brand Brand equity 	Manajemen brand	Bab 4, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
8	Brand			Bab 4, Creating Breakthrough Products: Innovation from

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB

Kur2013-{KB}

Halaman 105 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [*NamaProdi*] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [*KodeProdi*]-ITB.

				Product Planning to Program Approval
9	Pengembangan produk berfokus pada konsumen	Hubungan antara perusahaan dan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan produk • Alokasi sumber daya 	Bab 5, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
10	Pengembangan produk berfokus pada konsumen			Bab 5, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
11	Tim inovatif	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan antardivisi • Kerja sama lintas fungsi • Pengelolaan sumber daya 	Pemberdayaan tim	Bab 6, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
12	Tim inovatif			Bab 6, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
13	Kreasi bersama (<i>co-creation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kegunaan vs. kebutuhan • Pengembangan produk berbasis konsumen 	Pengembangan produk dan pasar	Bab 7, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
14	Kreasi bersama (<i>co-creation</i>)			Bab 7, Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval
15	Inovasi berkelanjutan		Strategi masa depan	Rangkuman dari Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval

<MK4201> Dinamika Kewirausahaan

Kode Matakuliah: MK4201	Bobot sks: 3	Semester: 8	KK / Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Dinamika Kewirausahaan Entrepreneurial Dynamics			
Silabus Ringkas	<p>Mata kuliah ini merupakan lanjutan dari mata kuliah praktik bisnis mula. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa diberi keleluasaan melanjutkan proses bisnis yang sudah mulai dirintis sejak semester awal. Mahasiswa akan lebih banyak berkafitas di luar kelas, melakukan pertemuan dengan klien, konsumen, dan distributor.</p> <p>This course is a continuation of the first course of business practice. In this course, students are given the freedom to continue the business processes that have been initiated since the beginning of the semester. Students will be more activities outside the classroom, meeting with clients, customers, and distributors.</p>			
Silabus Lengkap	<p>Mata kuliah ini merupakan lanjutan dari mata kuliah praktik bisnis mula. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa diberi keleluasaan melanjutkan proses bisnis yang sudah mulai dirintis sejak semester awal. Mahasiswa akan lebih banyak berkafitas di luar kelas, melakukan pertemuan dengan klien, konsumen, dan distributor. Mata kuliah ini juga memberi kerangka untuk memantapkan perencanaan ketika wirausahawan harus memutuskan cara menstrukturkan organisasi dalam berinovasi, mengatur tim-tim dalam organisasi untuk memperoleh keuntungan kompetitif atas industri lain, dan menggunakan kapabilitas untuk memunculkan aktivitas-aktivitas inovatif.</p> <p>This course is a continuation of the first course of business practice. In this course, students are given the freedom to continue the business processes that have been initiated since the beginning of the semester. Students will be more activities outside the classroom, meeting with clients, customers, and distributors. This course also provides a framework for finalizing the planning when the entrepreneur must decide how to structure an organization to innovate, manage teams within the organization to innovate, to determine the role that should be highlighted, preparing resources to gain a competitive advantage over other industries, and use the capability to bring innovative activities.</p>			
Luaran (Outcomes)	Dengan mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat semakin intens menjalani dan mendalami bidang usaha yang telah dipilih. Bimbingan para mentor diharapkan dapat membawa usaha mahasiswa menjadi lebih besar dan tangguh menghadapi siklus ekonomi dan kompetisi di bidangnya			
Matakuliah Terkait	Praktik Bisnis Mula	Prasyarat		
Kegiatan Penunjang	Praktikum			
Pustaka	<p>American Institute of Small Business, How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1.</p> <p>American Institute of Small Business, How to Set Up Your Own Small Business Vol. 2.</p> <p>Kuratko, D.F., (2008), Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice, 8th Ed., South-Western College Pub.</p> <p>Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2007), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 7th Ed., New York, NY: McGraw-Hill.</p> <p>Marketing Management: Kotler, Philip</p> <p>Principial of Managerial Finance (2003): Gitman, Lawrence J.</p> <p>Priciples of Accounting 23th edition(2009): Reeve, Warren, and Duchac.</p>			
Panduan Penilaian	Aspect	%	Description	
	Milestone	50	Individual grade by Instructor	
	Participation	20	Individual grade by Instructor	
	Progress presentation	30	Individual grade by Instructor	
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	<i>Pengenalan Mata Kuliah</i>	<i>Pengenalan</i>	<i>Mahasiswa diberi rambu-rambu dalam mengikuti kelas agar tidak mengganggu jadwal usaha mereka</i>	
2	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
3	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
4	<i>Dosen Tamu I + Laporan Pelaksanaan Rencana Bisnis 1</i>		<i>Mahasiswa diberi penyegaran dan motivasi dari pelaku usaha lain</i> <i>Mahasiswa mendapat informasi dari sudut pandang orang lain yang kompeten dibidangnya</i>	
5	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
6	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
7	<i>Laporan Pelaksanaan Rencana Bisnis 2</i>		<i>Mahasiswa diberi masukan dan dibimbing untuk melihat proses bisnis yang sudah dilalui serta mendapat nasihat dalam menjalankan bisnis dari para mentor</i>	
8	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
9	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
10	<i>Dosen Tamu II + Laporan Pelaksanaan Rencana Bisnis 2</i>		<i>Mahasiswa diberi masukan dan dibimbing untuk melihat proses bisnis yang sudah dilalui serta mendapat nasihat dalam menjalankan bisnis dari para mentor dan dosen tamu</i>	
11	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
12	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
13	<i>Praktikum</i>		<i>Menjalankan usaha</i>	
14	<i>Laporan Pelaksanaan Rencana Bisnis 3</i>		<i>Mahasiswa diberi masukan dan dibimbing untuk melihat proses bisnis yang sudah dilalui serta mendapat nasihat dalam menjalankan bisnis dari para mentor</i>	
15	<i>Presentasi Akhir Pelaksanaan Rencana Bisnis</i>			

<KU2071> Pancasila dan Kewarganegaraan

<i>KodeMatakuliah:</i> KU2071	<i>Bobotsks:</i> 2	<i>Semester:</i>	<i>KK / Unit</i> <i>PenanggungJawab:</i>	<i>Sifat:</i> Wajib
<i>NamaMatakuliah</i>	PancasiladanKewarganegaraan			
	Pancasila and Civil Education			
<i>SilabusRingkas</i>	MahasiswamendapatkanmateripemahamanIdentitasBangsa, VisiBangsa, Negara, Konstitusi, Demokrasi, KetahananNasionaldanKetahanan Regional			
	The students will discuss the nation building, vision of the nation, state, constitution, democracy, nation building and region building.			
<i>SilabusLengkap</i>	<p>Denganmatakuliahini mahasiswadapatmemahamidanmampumelaksanakanjiwaPancasiladan UUD 1945 dalamkehidupansebagaiwarganegara, sertadapatmenguasai pengetahuanberagammasalahdasarkehidupanbermasyarakat, berbangsadanbernegaradenganpenerapanpemikiranberlandaskanPancasiladan UUD 1945. Mata kuliahini jugamembentukpolapikir, polasikapdanpolaperilaku dalam menggunakaniptekssecarabertanggungjawab dengankesadaranberban gsadanbernegara.</p> <p>Student are able to comprehend and implement the essence of Pancasila and UUD 1945 as citizens of the country, and have the knowledge of various issues in the lives of the people as part of the nation by putting into practice the ideas according to Pancasila and UUD 1945. This course also helps develop the patterns of their ways of thinking, attitude, and behaviour in dealing with science and technology appropriately as the proof of their awareness as parts of the nation.</p>			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	PendidikanPancasiladan kewarganegaraan bertujuan untuk memahami keterkaitan antara Pancasila sebagai aidasarnegara, sistemketatanegaraan RI, danperanwargamelalui pendekatansejarah, hukum, sosiologidan filsafat. Mata kuliahini jugaberusahamenjelaskan penerapan wawasan nasional dalam memahami berbagai aspek kehidupan untuk mewujudkan sistem ketahanan nasional yang tangguh.			
<i>MatakuliahTerkait</i>				
<i>KegiatanPenunjang</i>				
<i>Pustaka</i>				
<i>PanduanPenilaian</i>				
<i>CatatanTambahan</i>				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>
1	Filsafat Pancasila	-Pancasila sebagai sistem filsafat - Pancasila sebagai ideologi bangsa dan negara	Mahasiswa bersedia melaksanakan norma etik dan hukum yang berdasarkan Pancasila sesuai dengan profesi
2	Identitas Nasional	-Karakteristik identitas nasional -Proses berbangsa dan bernegara	Mahasiswa mendukung identitas nasional Indonesia
3	Hak dan kewajiban warga negara	-Warga negara Indonesia -Hak dan kewajiban warga negara Indonesia	Mahasiswa mampu menampilkan perilaku yang mencerminkan hak dan kewajiban warga negara
4	Negara dan konstitusi	-Sistem konstitusi -Sistem politik dan ketatanegaraan Indonesia	Mahasiswa mampu menunjukkan sikap dan perilaku konstitusional
5	Demokrasi Indonesia	-Konsep dan prinsip demokrasi Indonesia -Demokrasi dan pendidikan demokrasi	Mahasiswa mampu menampilkan sikap dan perilaku yang demokratis
6	Hak Asasi Manusia (HAM) dan <i>Rule of Law</i>	- Hak Asasi Manusia (HAM) - <i>Rule of law</i>	Mahasiswa mendukung pemajuan dan perlindungan HAM di n
7	Ujian Tengah Semester		
8	Geopolitik Indonesia	-Wilayah sebagai ruang lingkup -Otonomi daerah	Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya wilayah Indonesia sebagai ruang hidup bangsa
9	Geostrategi Indonesia	-Konsep Astha Gatra -Indonesia dan perdamaian dunia -Sejarah dan Konsep Tannas sebagai geostrategi Indonesia	Mahasiswa mampu menganalisis ketahanan bangsa di tengah
10	Studi Kasus	Pancasila dan kehidupan bernegara	Mahasiswa mampu menerapkan asas Pancasila dalam kehidupan
11	Studi Kasus	Hak Asasi Manusia	Mahasiswa mampu menerapkan asas Pancasila dalam kehidupan
12	Presentasi	Topik disesuaikan	
13	Presentasi	Topik disesuaikan	
14	Review materi kuliah	Materi minggu 1-11	Mahasiswa mampu menyusun keterkaitan materi dari walking
15	Ujian Akhir Semester		

<MK4099> Tugas Akhir

Kode Matakuliah: MK4099	Bobot sks: 4	Semester: 8	KK / Unit Penanggung Jawab: ETM	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Tugas Akhir			
	Final Project			
Silabus Ringkas	Tujuan dari perkuliahan ini adalah memberikan pengetahuan dan kesempatan kepada mahasiswa dalam melaksanakan dan menyusun sebuah riset ilmiah			
	<i>The purpose of this course is to give the knowledge and chance to students in conducting and constructing scientific research</i>			
Silabus Lengkap	Sebagai seorang insan akademik, mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan melaksanakan dan menyusun sebuah riset ilmiah dengan baik dan sesuai kaidah yang berlaku. Oleh karenanya, pengetahuan dalam menyusun sebuah riset akademik yang benar dibutuhkan oleh mereka. Perkuliahan ini ada untuk memenuhi kebutuhan tersebut			
	<i>Students, as an academician, must have skills in conducting and constructing properly scientific research. Therefore, knowledge related to those skills is needed by them. This course is designed to fulfil that need</i>			
Luaran (Outcomes)	Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa diharapkan mampu menulis sebuah karya tulis ilmiah dengan baik dan sesuai kaidah yang berlaku			
Matakuliah Terkait	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]		
	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]		
Kegiatan Penunjang	Studi literatur			
Pustaka	Uma Sekaran, <i>Research Methods for Business: A Skill – Building Approach</i> , Edisi ke-4, John Wiley & Sons Australia, 2005 (Pustaka utama)			
	William G. Zikmund, Babin, Jon C. Carr, Mitch Griffin; <i>Business Research Methods (with Qualtrics Printed Access Card)</i> , Edisi ke-9, Cengage Learning, 2012 (Pustaka alternative)			
Panduan Penilaian	Penilaian didasarkan atas performansi mahasiswa pada saat melaksanakan laporan kemajuan (<i>progress report</i>) penyusunan tugas akhir dan sidang akhir			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Penentuan topik tugas akhir		Mahasiswa telah memiliki topik tugas akhir	Pustaka no. 1 & 2
2	Studi literatur		Mahasiswa mendapatkan penelitian – penelitian yang relevan dengan topik tugas akhir yang telah dilakukan di masa lalu	Pustaka no. 1 & 2
3	Pencarian data		Mahasiswa mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menyusun tugas akhir	Pustaka no. 1 & 2
4	Pencarian data		Mahasiswa mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menyusun tugas akhir	Pustaka no. 1 & 2
5	Pencarian data		Mahasiswa mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menyusun tugas akhir	Pustaka no. 1 & 2
6	Kalkulasi dan analisis data		Mahasiswa selesai melaksanakan kalkulasi dan analisis data	Pustaka no. 1 & 2
7	Kalkulasi dan analisis data		Mahasiswa selesai melaksanakan kalkulasi dan analisis data	Pustaka no. 1 & 2
8	Kalkulasi dan analisis data		Mahasiswa selesai melaksanakan kalkulasi dan analisis data	Pustaka no. 1 & 2
9	Kalkulasi dan analisis data		Mahasiswa selesai melaksanakan kalkulasi dan analisis data	Pustaka no. 1 & 2
10	Kalkulasi dan analisis data		Mahasiswa selesai melaksanakan kalkulasi dan analisis data	Pustaka no. 1 & 2
11	Penulisan tugas akhir		Mahasiswa selesai menuliskan tugas akhir dengan benar dan sesuai kaidah yang berlaku	Pustaka no. 1 & 2

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB

Kur2013-{KB}

Halaman 111 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

12	Penulisan tugas akhir		Mahasiswa selesai menuliskan tugas akhir dengan benar dan sesuai kaidah yang berlaku	Pustaka no. 1 & 2
13	Penulisan tugas akhir		Mahasiswa selesai menuliskan tugas akhir dengan benar dan sesuai kaidah yang berlaku	Pustaka no. 1 & 2
14	Penulisan tugas akhir		Mahasiswa selesai menuliskan tugas akhir dengan benar dan sesuai kaidah yang berlaku	Pustaka no. 1 & 2
15	Presentasi tugas akhir		Mahasiswa sanggup mempresentasikan tugas akhir dengan baik dan sesuai kaidah yang berlaku	Pustaka no. 1 & 2

MATAKULIAH PILIHAN

<MK3011> Bisnis Berbasis Teknologi

Kode Matakuliah: MK3011	Bobot sks: 3 SKS	Semester: (genap/ganjil)	KK / Unit Penanggung Jawab: Manajemen Teknologi Kewirausahaan (ETM)	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Bisnis Berbasis Teknologi/ Kewirausahaan Teknologi			
	Technology Based Business			
Silabus Ringkas	<p>Mengingat kondisi atmosfer bisnis yang semakin kompetitif, seperti siklus produk, persaingan global, peningkatan segmentasi pasar dan restrukturisasi rantai pasok industri. Kesemuanya merupakan hal penting bagi para pebisnis yang memiliki minat terhadap teknologi dan dapat menuangkannya ke dalam bentuk bisnis model sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap kesuksesan usahanya. Kuliah ini dirancang untuk menganalisis bagaimana pengaruh pemanfaatan teknologi secara signifikan dapat merubah kondisi bisnis dan industri dalam pasar/<i>market</i>.</p> <p>Regarding increasingly competitive business environment such as shortened product life cycles, global competition, increased market segmentation and re-structured industry value chains, that critical need for businessman/business woman with passion for technology to understand their firm's business models and contribute to the successes of their organization. This lecture will examine how to leverage major technology advances to significantly transform a business and an industry in the marketplace.</p>			
Silabus Lengkap	<p>Kuliah ini disusun berdasarkan transformasi yang terjadi akibat perkembangan teknologi. Mengingat hal tersebut, dalam kuliah ini akan diberikan pemahaman bagaimana cara berpikir secara menyeluruh "<i>holistic</i>". Pemikiran ini diharapkan dapat ditransformasikan menjadi keuntungan bisnis dalam merumuskan dan melaksanakan strategi pasar dan modal bisnis. Pada kuliah ini mahasiswa akan menganalisis bagaimana proses transformasi kemajuan teknologi tersebut dapat diselaraskan dengan kebutuhan akan strategi pasar dan modal bisnis. Kuliah ini bertujuan untuk memperlihatkan keunggulan bisnis yang berbasis inovasi teknologi. Dalam kuliah ini akan dijabarkan semua cara untuk mengeksploitasi potensi komersial dari inovasi teknologi.</p> <p>Lectures will place a special emphasis on transformations that are caused by highly complex, advanced technologies. Lectures will also explore how the kind of "<i>holistic</i>" thinking that you would expect from good engineers might translate into a business advantage in formulating and executing market strategies and business model. Students will discuss how such transformations executing market strategies and business model. Students will discuss how such transformations require that managers have a very strong "<i>systems</i>" and technical intuition. The aim of this course is to introduce the excitement of business development related to technology innovations. We will cover the key choices facing anybody seeking to exploit the commercial potential of a technology based innovation – whether as an entrepreneur or acting within an existing business.</p>			
Luaran (Outcomes)	<p>Setelah mengikuti kuliah ini diharapkan mahasiswa mampu dalam:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Memahami tahapan pengembangan teknologi yang dapat memberikan nilai tambah dan keuntungan bagi perusahaan/organisasi. -Merancang tahapan eksploitasi inovasi teknologi yang sesuai. -Menganalisis proses bisnis, sehingga mampu menempatkan unsur inovasi teknologi di dalam proses tersebut. 			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	Kuliah tatap muka, tutorial dan kuliah tamu dari praktisi/wirausaha			
Pustaka	<p>Think, Play and Do, Dodgson, Gann & Salter, 2007</p> <p>The Ecology of Commerce, Paul Hawken, 2010 (revised version)</p> <p>Business Model Generation Osterwalder & Pigneur, 2010</p> <p>Open Innovation, Chesbrough, 2003</p>			
Panduan Penilaian	<p>Keaktifan mahasiswa/individual (10%)</p> <p>Ujian Tengah Semester/Individual (40%)</p> <p>Ujian Akhir Semester/Individual (50%)</p>			
Catatan Tambahan	<p>-Persiapan membaca materi perkuliahan sebelum kuliah dimulai: Mahasiswa sangat disarankan untuk membaca materi perkuliahan sesuai dengan jadwal yang telah tercantum. Hal ini diperlukan untuk memudahkan mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan.</p> <p>- Sikap pasif dalam partisipasi diskusi di dalam kelas merupakan hal yang perlu dihindari. Mahasiswa yang tidak menunjukkan antusiasnya dalam kegiatan diskusi akan menjadi perhatian dosen/tutor untuk menerima berbagai konsekuensi.</p> <p>-Keterlambatan dalam pengumpulan tanpa keterangan yang jelas merupakan hal yang tidak dapat ditolerir dan berakibat pada penenaan sanksi yang ditentukan oleh dosen/tutor yang bersangkutan.</p>			

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pendahuluan Perkuliahan dan Pemahaman Bisnis berbasis teknologi	-Keterangan dan peraturan perkuliahan -Definisi bisnis berbasis teknologi -Karakter dan kecenderungan Technology	Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan teknologi dan dapat mengimplementasikannya ke dalam bisnis.	<i>Ten trends in tech-enabling (Hand out dosen pengampu)</i>
2	Cakupan Teknologi dan Penerapannya	Pemahaman penggunaan teknologi berdasarkan nilai komersial yang dimilikinya	Mahasiswa mengetahui nilai komersial yang dimiliki teknologi dan dapat memanfaatkannya	<i>Hand out dosen pengampu</i>
3	Analisis dan Komersialisasi Teknologi (bagian I)	Analisis Teknologi: - <i>Linking TALC</i> dan siklus lainnya -Desain dominan & <i>Technology discontinuity</i> -Metoda komersialisasi Teknologi (bagian I)	Mahasiswa memahami prose <i>Linking TALC</i> beserta siklus lainnya dan mampu menjabarkan desain dominan dan <i>Technology discontinuity</i> . Selain itu mahasiswa proses komersialisasi teknologi dan mampu menjelaskan dengan memberikan contoh dan implementasinya.	- <i>Hand out dosen pengampu</i> -Kasus: <i>Electric cars</i> -Technological discontinuities (Tushman&Anderson, ASQ 1986)
4	Komersialisasi Teknologi (bagian 2) dan Strategi perusahaan berbasis teknologi	-Pemahaman konsep komersialisasi berdasarkan prinsip orisinalitas dan pembiayaan proses inovasi - Jenis strategi, pemilihan dan pengujian kelayakan strategi penggunaan teknologi berdasarkan perusahaan yang berbasis teknologi.	Melalui konsep komersialisasi, mahasiswa dapat membedakan antara inovasi dan imitasi (plagiat) serta memahami proses pembiayaan proses inovasi. Berdasarkan analisis strategi yang digunakan beberapa perusahaan yang berbasis teknologi mahasiswa mampu membedakan jenis strategi yang digunakan.	- <i>Hand out dosen pengampu</i> -What is strategy? (Porter HBR 1996) -Testing your strategy (Bradley, Hirt, and Smit, 2011)
5	<i>Business Model</i> (bagian I)	Pemahaman jenis dan komponen bisnis model	Mahasiswa memahami pentingnya penggunaan bisnis model dan mengetahui komponen-komponen dalam bisnis model.	- <i>Hand out dosen pengampu</i> -Business Model Generation Osterwalder & Pigneur (2010)
6	<i>Business Model</i> (bagian II)	Hubungan antara komponen model bisnis dalam menjalankan suatu sistem bisnis	Mahasiswa memahami keterkaitan komponen dalam bisnis model dan memahami proses yang dijalankan oleh setiap komponen.	
7	Manajemen Inovasi	Proses manajemen Inovasi yang mencakup implementasi ide (hasil inovasi) menjadi produk yang diperdagangkan di pasar/ <i>market</i>	Mahasiswa memahami proses inovasi melalui penciptaan ide yang diimplementasikan menjadi produk/jasa yang siap untuk diperdagangkan di pasar/ <i>market</i>	- <i>Hand out dosen pengampu</i> -Think, Play and Do by Dodgson, Gann & Salter (2007) -Open Innovation, Chesbrough (2003)
8	Perusahaan berbasis teknologi (Kasus: Kondisi perusahaan berbasis teknologi di Jepang)	Kuliah Tamu	Mahasiswa mampu membuat <i>lesson learned</i> dari kuliah tamu dan dapat membuat perbandingan antara kondisi perusahaan berbasis teknologi di Indonesia dengan negara Jepang	Dosen Tamu
9	Marketing	Proses marketing produk/jasa berbasis teknologi yang meliputi analisis pasar/ <i>market</i> , identifikasi potensi dan ukuran pasar/ <i>market</i> serta proses inovasi (siklus <i>passer/market</i>)	Mahasiswa memahami tahapann proses marketing untuk produk/jasa yang berbasis teknologi	- <i>Hand out dosen pengampu</i> -Darwin and the Demon, Moore (HBR 2004)
10	Bisnis berbasis teknologi yang	Kuliah Tamu	Mahasiswa mampu membuat <i>lesson learned</i> dari kuliah tamu	- <i>Dosen Tamu</i> - <i>The Ecology of Commerce</i> by

	berkesinambungan		dan menganalisis hal-hal penting yang menentukan keberlanjutan suatu bisnis yang berbasis teknologi	Paul Hawken, 2010 (revised version)
11	Sumber Daya Manusia	Pemahaman tanggung jawab setiap divisi dalam perusahaan yang mencakup: - Siklus <i>Human Resources</i> (HR) -Empat aspek dalam mengatur sumber daya manusia/karyawan	Mahasiswa memahami sistem kerja karyawan/ <i>human resources</i>	- <i>Hand out</i> dosen pengampu - <i>Managing techies</i> , (Andrews, 2011)
12	Peraturan pemerintah dan kepemilikan	Peraturan terkait dan proses kepemilikan yang terkait dengan peraturan pemerintah	Mahasiswa memahami proses kepemilikan yang terkait dengan peraturan pemerintah	- <i>Hand out</i> dosen pengampu
13	Kunci Sukses dalam menjalankan bisnis berbasis teknologi	Kuliah Tamu	Mahasiswa mampu membuat <i>lesson learned</i> dari kuliah tamu dan mengetahui tahapan dan pengalaman dalam menjalankan bisnis berbasis teknologi	Dosen Tamu
14	<i>Ujian Tengah Semester</i>			
15	<i>Ujian Akhir Semester (Presentasi kelompok)</i>			

<MK3012> Bisnis Jasa

Kode Matakuliah: MK3012	Bobot sks: 3	Semester: 7	KK / Unit Penanggung Jawab:	Sifat: Pilihan [Wajib Prodi/Jalur, Pilihan]
Nama Matakuliah	Bisnis Jasa			
	Service Business			
Silabus Ringkas	Memperkenalkan konsep bisnis jasa dalam suatu kegiatan usaha, mengenali faktor-faktor yang mendukung dan menghambat kegiatan bisnis jasa, dan memberikan contoh penerapan di perusahaan.			
	Introducing the concept of business services in a business activity, identify the factors that support and hinder business activity services, and provide examples of the application in the company			
Silabus Lengkap	Bisnis jasa merupakan bagian dari aktivitas bisnis jasa yang ruang lingkupnya meliputi kegiatan bisnis jasa, berdasarkan konsep dasar pengembangan bisnis, termasuk strategi jasa dan kemampuan operasional. Mengembangkan juga jaringan bisnis jasa dan pengembangan jaringan internasional, serta menerapkan bisnis jasa pada pemasok dan usaha kecil dan menengah.			
	Business services are part of the business activities service. It includes business services, based on the basic concepts of business development services, and including strategy and operational capabilities. To develop a network of good services business and the development of international networks, and implementing the business service suppliers and small and medium enterprises.			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa diharapkan dapat memahami konsep dasar pengembangan bisnis jasa, dapat mengembangkan bisnis jasa dengan pendekatan eksploitasi, dapat mengetahui jaringan perspektif, dan dapat mengembangkan bisnis jasa bagi pemasok dan bagi usaha kecil dan menengah.			
Matakuliah Terkait	Manajemen	Prasyarat		
	Manajemen Pemasaran Jasa	Bersamaan		
Kegiatan Penunjang	Praktikum, kerja lapangan			
Pustaka	Thomas Fischer, Heiko Gebauer, Elgar Fleisch, Service Business Development: Strategies for Value Creation in Manufacturing Firms, Cambridge University Press, 2012			
	Start Your Own Net Service Business, Entrepreneur Press, 2009			
	James A. Fitzsimmons and Mona J. Fitzsimmons, Service Management for Competitive Advantage, Mc Graw-Hill Inc., 2011			
Panduan Penilaian	Tugas Individu = 20 %			
	Tugas Kelompok = 20 %			
	Mid Test = 30 %			
	Final Test = 30 %			
Catatan Tambahan	Combination between lecturing and mentoring will make sure that student will be able to create comprehensive in service business			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introducing Service	<ul style="list-style-type: none"> - Motivation - Challenges of service business development 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan motivasi pelaksanaan kegiatan jasa 2. Mampu menjelaskan peluang usaha dan pengembangan bisnis jasa. 	Thomas Fischer (2012) chapter 1
2	Konsep dasar pengembangan bisnis jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Organisational capabilities necessary for service business development - Service strategies for manufacturing companies - Strategic fit between service strategy and operational capabilities 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan karakteristik bisnis jasa 2. Mampu menjelaskan strategi jasa untuk perusahaan-perusahaan manufaktur 3. Mampu menjelaskan kesesuaian strategi jasa dan kemampuan operasional 	Thomas Fischer (2012) chapter 2
3	Kemampuan dinamik untuk pengembangan bisnis jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Exploitation or exploration: two distinct approaches for service business development - Phases of the exploitation and 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan pendekatan yang berbeda untuk pengembangan layanan bisnis 2. Mampu mengembangkan Tahapan pendekatan eksploitasi dan eksplorasi 	Thomas Fischer (2012) chapter 3, Fitzsimmon (2011)

		<ul style="list-style-type: none"> exploration approaches - Dynamic capabilities required in the exploitation approach - Dynamic capabilities necessary for succeeding with exploration 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Mampu mengembangkan Kemampuan Dinamis yang diperlukan dalam pendekatan eksploitasi 4. Mampu mengembangkan kemampuan dinamis yang diperlukan untuk berhasil dengan pendekatan eksplorasi 	
4	Studi kasus: menggunakan pendekatan eksploitasi untuk mengembangkan bisnis jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Phase 1: integrating basic services into the product price - Phase 2: separating product and service businesses to increase the profit and revenue generated by service - Phase 3: exploiting service expansion in the primary customer activity chain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menyelesaikan kasus Tahap 1: mengintegrasikan pelayanan dasar ke harga produk 2. Mampu menyelesaikan kasus Tahap 2: memisahkan bisnis produk dan layanan untuk meningkatkan laba dan pendapatan yang dihasilkan oleh layanan 3. Mampu menyelesaikan kasus Tahap 3: memanfaatkan layanan ekspansi dalam rantai aktivitas pelanggan utama 	Thomas Fischer (2012) chapter 4, Fitzsimmons (2011)
5	Studi kasus: menggunakan pendekatan eksplorasi untuk mengembangkan bisnis jasa	<ul style="list-style-type: none"> - Background of the company - Initial situation and triggers for developing the service business - Exploring service opportunities and reconfiguring the business logic 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menyelesaikan kasus menggunakan pendekatan eksplorasi berdasarkan latar belakang perusahaan 2. Mampu menyelesaikan kasus berdasarkan awal situasi dan pemicu untuk mengembangkan bisnis jasa 3. Mampu menyelesaikan kasus dengan menggali peluang layanan dan konfigurasi ulang logika bisnis 	Thomas Fischer (2012) chapter 5, Fitzsimmons (2011)
6	Mengembangkan bisnis jasa melalui pendekatan eksploitasi	<ul style="list-style-type: none"> - Service strategies associated with the exploitation approach - Case studies of changes in service strategy - Operational capabilities for service strategies - Service strategy changes as the antecedent to providing solutions 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan bisnis jasa melalui strategi Layanan terkait dengan pendekatan eksploitasi 2. Mampu menyelesaikan masalah bisnis jasa berdasarkan Studi kasus dari perubahan strategi pelayanan 3. Mampu mengembangkan bisnis jasa berdasarkan kemampuan operasional pelayanan 4. Mampu mengembangkan bisnis jasa dengan memperhatikan perubahan strategi pelayanan sebagai solusi 	Thomas Fischer (2012) chapter 6
7	Konfigurasi strategi layanan dan kemampuan operasional yang mendukung pendekatan eksploitasi	<ul style="list-style-type: none"> - Operational capabilities for after-sales service providers - Operational capabilities for customer support service providers - Operational capabilities for development partners - Operational capabilities for outsourcing partners - Operational capabilities for solution providers 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu melakukan konfigurasi berdasarkan kemampuan operasional untuk pelayanan purna jual 2. Mampu melakukan konfigurasi berdasarkan kemampuan menyediakan layanan dukungan pada pelanggan 3. Mampu melakukan konfigurasi strategi dan operasional dengan mitra 4. Mampu melakukan konfigurasi strategi dan kemampuan operasional sebagai pelayanan yang 	Thomas Fischer (2012) chapter 7

			memberikan solusi	
8	UTS			
9	Jaringan Perspektif	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensions of business networks - Types of business networks - Vertical after-sales service networks 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan jaringan bisnis 2. Mampu menjelaskan jenis jaringan bisnis 3. Mampu menjelaskan jaringan layanan vertikal purna jual 	Thomas Fischer (2012) chapter 9, Entrepreneur Press (2009)
10	Lanjutan Jaringan Perspektif	<ul style="list-style-type: none"> - Horizontal outsourcing service networks - Vertical life-cycle solution networks - Horizontal solution networks 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjelaskan jaringan horizontal jasa outsourcing 2. Mampu menjelaskan jaringan vertikal siklus hidup solusi 3. Mampu menjelaskan jaringan solusi horizontal 	Thomas Fischer (2012) chapter 9, Entrepreneur Press (2009)
11	Aspek pengembangan bisnis jasa International	<ul style="list-style-type: none"> - Global approaches to service business development - Service business development in the Chinese market 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan pendekatan global untuk pengembangan bisnis jasa 2. Mampu mengembangkan pendekatan global bisnis jasa di pasar Cina 	Thomas Fischer (2012) chapter 10
12	Pengembangan bisnis jasa bagi pemasok kecil dan menengah	<ul style="list-style-type: none"> - Approaches for service business development - Co-evolvement of organisational capabilities 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan bisnis jasa dengan pendekatan pengembangan bisnis jasa 2. Mampu mengembangkan bisnis jasa dengan co-evolvement 	Thomas Fischer (2012) chapter 11
13	Pengembangan bisnis jasa pada usaha kecil dan menengah	<ul style="list-style-type: none"> - The exploitation approaches used by SMEMs - SMEMs selling directly to a limited number of customers - SMEMs selling to a large number of customers via distributors 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mengembangkan bisnis jasa dengan pendekatan yang digunakan oleh SMEMs 2. Mampu mengembangkan bisnis jasa dengan pendekatan yang digunakan oleh SMEMs untuk menjual langsung ke sejumlah pelanggan 3. Mampu mengembangkan bisnis jasa SMEMs untuk menjual ke sejumlah besar pelanggan melalui distributor 	Thomas Fischer (2012) chapter 12
14	Simulasi, Praktek dan Presentasi Bisnis Jasa	Tugas Simulasi dan Presentasi	Mampu menyelesaikan tugas dan mempresentasikan berdasarkan kasus aplikasi bisnis jasa yang dipilih	Thomas Fischer (2012) chapter 12-13
15	Simulasi, Praktek dan Presentasi Bisnis Jasa	Tugas Simulasi dan Presentasi	Mampu menyelesaikan tugas dan mempresentasikan berdasarkan kasus yang dipilih	Thomas Fischer (2012) chapter 12-13
16	UAS			

<MK3013> Pengembangan Produk

KodeMatakuliah: MK3013	Bobotsks: 3 SKS	Semester: genap	KK / Unit PenanggungJawab: ManajemenTeknologiKewirausahaan (ETM)	Sifat: Wajib
NamaMatakuliah	Pengembangan Produk			
	Product Development			
SilabusRingkas	<p>Saatini,setiapharikitamelihatbeberapaproduk baruatauiklan yang mempromosikanproduk-produk baru. Dalamhalinikonsumenmerasasenangkarenahampirseleruhkebutuhnyadapatdipenuhiolehprodusen. Di sisi produsen, kemampuandalammengembangkanprodukadalahsuatukeharusanmengingatsetiapprodukmemilikisikl ushidup. Hal inimenjadikrusialdalamkeberlanjutansebuahbisnis.</p> <p>Every day we see some new products or ads promoting these new products. Consumers will be pleased, because almost all of their needs and desires met by producers. From the producer side, their ability to develop products is a must—as every product has its life cycle—for their businesses sustainable and profitable.</p>			
SilabusLengkap	<p>Mata kuliahini dirancenganmemfokuskankepadapengembanganproduk baru yang merupakanfaktorpenentuksesansuatu perusahaan. Kuliahiniakanmemberikanpengalamankepadamahasiswa dalam: (a) Teknik berpikirkreatifdalam menciptakan ide bisnis (b) Merealisasikan ide bisnismenjadi produk/jasa yang sesuaidengankebutuhanpasar (masyarakatsebagai konsumen) (c) evaluasikelayakanproduk/jasasebagairealisidari ide. Kuliahiniakandilengkapidenganpelaksanaanproyek, paramahiswasecaraberkelompokakanmelakukanketigatahapandiatas, untukmemfasilitasiproyektersebutkuliahinidisusundengankombinasiantarakuliah tatapmuka, pembahasankasusdankuliahdosentamu yang berprofesisebagaiwirausaha/praktisi.</p> <p>This course is designed focus on the new product development process which is key to the success of any companies. The course will expose students to (a) creative techniques for idea generation, (b) fine-tuning these ideas to develop products and services that meet specific consumer needs, and (c) testing the feasibility of these ideas. The course uses lectures, cases, and outside speakers. Moreover, the course includes a project wherein student teams need to use the creativity techniques covered in this class to come up with new product ideas and perform a concept test to evaluate their feasibility. To achieve course objectives we will use a combination of lectures, case discussion, and lesson learned from guest lecture.</p>			
Luaran (Outcomes)	<p>Mahasiswadapatmenentukanruanglingkupdanarahpengembanganteknologidanpengembanganproduk denganberbekalkemampuandalam:</p> <ul style="list-style-type: none"> - meninjaupengembanganproduksebagai proses lintasfungsional - Pengujiankonsep proses pengembanganproduk baru - Menentukan parameter/kriteria, alatdanmetode yang digunakandalammengembangkanproduk - Pengelolaanhal-hal yang bersifatinterdisipliner 			
MatakuliahTerkait	Manajemen Marketing danKorporasi	Prasyarat		
	ManajemenInovasi	Prasyarat		
KegiatanPenunjang	Perkuliahantatapmuka, proyek,kuliah tamudan tutorial			
Pustaka	<p>Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i>, New York: McGraw-Hill.</p> <p>Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i>, McGraw-Hill.</p> <p>Schilling, M.A., (2005), <i>Strategic Management of Technological Innovation</i>, New York: McGraw-Hill.</p> <p>Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i>, New York: The Free Press.</p>			
PanduanPenilaian	<p>Diskusikelasdankeaktifan/individual (20%)</p> <p>Proposal/ kelompok (10%)</p> <p>Tugas/individual (15%)</p> <p>Tugas Proyek Manajemen Pengembangan Produk Baru&Presentasi/ kelompok (30%)</p> <p>UjianAkhir/Individual (25%)</p>			
CatatanTambahan	-			

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pengenalan Manajemen Pengembangan Produk Baru	- Pengembangan proses dan organisasi - Perencanaan Produk/Jasa	Mahasiswa memiliki gambaran mengenai proses manajemen pengembangan produk baru secara umum dan menyeluruh. Mahasiswa dapat membangun ide penciptaan suatu produk/jasa berdasarkan analisis peluang pasar.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.
2	Identifikasi dan peramalan Kebutuhan Pasar	- Identifikasi kebutuhan pasar - Spesifikasi Produk	Mahasiswa dapat menganalisis kondisi pasar dan memahami kebutuhan pasar. Dengan memahami kebutuhan pasar diharapkan mahasiswa dapat meramalkan teknologi yang diperlukan dalam penciptaan produk yang spesifik dan terarah pada kebutuhan pasar.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.
3	Konsep Penyusunan dan Pemilihan I (<i>Generation & Selection</i>)	- Analisis Konsep Penyusunan - Desain Industrial	Mahasiswa dapat membuat gambaran kerangka berpikir mengenai proses penciptaan ide, identifikasi peluang, penciptaan produk/jasa hingga proses marketing.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.
4	Konsep Penyusunan dan Pemilihan II (<i>Generation & Selection</i>)	- Konsep Pemilihan	Mahasiswa dapat menganalisis kelayakan produk yang dapat diterima oleh konsumen berdasarkan hasil pengujian terhadap pasar.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.
5	Konsep Pengujian & Arsitektur Produk	- Konsep Pengujian - Pembuatan <i>Prototyping</i> - Arsitektur Produk	Mahasiswa dapat membuat <i>Prototyping</i> produk beserta arsitekturnya berdasarkan hasil pengujian pasar.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.
6	Ekonomi I	- Pengembangan produk baru dari sisi ekonomi	Mahasiswa dapat menganalisis kondisi ekonomi pasar dan menyelenggarakan proses pengembangan produk baru	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill.

				Schilling, M.A., (2005), <i>Strategic Management of Technological Innovation</i> , New York: McGraw-Hill.
7	Ekonomi II	- Desain Produksi/pengolahan	Mahasiswa dapat melakukan proses pengolahan produk (<i>manufacturing</i>)	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Schilling, M.A., (2005), <i>Strategic Management of Technological Innovation</i> , New York: McGraw-Hill.
8	Ujian Tengah Semester			
9	Persiapan Proyek I	- Material/bahandan proses seleksi	Mahasiswa dapat merancang dan memilih material dan desain yang sesuai dengan implementasi ide bisnisnya.	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i> , New York: The Free Press.
10	Persiapan Proyek II	- Hak Cipta/ Paten - Produksi/Pengolahan dan pengawasan lingkungan	Mahasiswa memahami proses penggunaan dan pendaftaran hak cipta dan melakukan proses produksi yang berwawasan lingkungan	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i> , New York: The Free Press.
11	Proyek I: Perencanaan Proyek	- Manajemen Proyek - Strategi penggunaan teknologi	Mahasiswa dapat merencanakan pelaksanaan proyek berdasarkan materi yang pernah dipelajari	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i> , New York: The Free Press.
12	Proyek II: Manajemen Sumberdaya	- Pengaturan dan pengembangan <i>team</i>	Mahasiswa dapat mengatur pembagian tanggung jawab dalam <i>team</i> nya,	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D.

				Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i> , New York: The Free Press.
13	Projek III: Marketing	-Pilihanmetoda marketing yang sesuai - Identifikasikeunggulan produk	Mahasiswamemiliki rasa percayadiridalammemasarkan produknyaberbekalkeunggulan produk dari produk yang telahadasebelumnya	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill Wheelwright, S.C. & K.B. Clark, (1992), <i>Revolutionizing Product Development</i> , New York: The Free Press.
14	RantaiPasok	Desainrantaipasok	Mahasiswamemahami proses distribusidanrantaipasokproduk	Kerber, R.L. & T.M., (2007), <i>Strategic Product Creation</i> , New York: McGraw-Hill. Ulrich, K.T. & S.D. Eppinger, (2003), <i>Product Design and Development</i> , McGraw-Hill
15	UjianAkhir danPresentasi			

<MK3014> Bisnis Kepariwisataa

Kode Matakuliah: MK3014	Bobot sks: 3	Semester: 7 atau 8	KK / Unit Penanggung Jawab: Entrepreneurship and Marketing Strategic	Sifat: Pilihan (Elective Course)
Nama Matakuliah	Bisnis Kepariwisataa			
	Tourism Business			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini merupakan mata kuliah yang memberikan pemahaman konsep teori dan praktis mengenai bisnis kepariwisataan. Materi perkuliahan ini memberikan pemahaman kerangka berpikir manajemen strategis dalam merancang dan mengelola bisnis kepariwisataan.			
	This course will focus on providing fundamental concepts, theories and practice on tourism business. The topics covered will provide a framework in building customer-focused management strategies, designing and formulating strategies for tourist business . Articles and case studies from tourism business will be included to give practical insights			
Silabus Lengkap	Setelah mengikuti kuliah ini siswa diharapkan mampu:			
	<ol style="list-style-type: none"> Memahami teori, konsep dan praktek bisnis kepariwisataan serta merancang bisnis kepariwisataan berdasarkan analisis sistem Melakukan analisis masalah-masalah dalam mengelola bisnis kepariwisataan serta mengatasinya 			
	Students are expected to be able to:			
	<ol style="list-style-type: none"> comprehend concepts, theories and practise on tourism business and conduct systematic analysis to design tourism business. analyze problems encountered in tourism business management and give prescriptions to remedy them 			
Luaran (Outcomes)	Knowledge 50% Skill 30% Attitude 20%			
Matakuliah Terkait	Marketing and Sales		Mata kuliah prasyarat	
Kegiatan Penunjang	Course (kuliah)	1 x 50 mins		
	Tutorial (Responsi)	1 x 50 mins		
	Team Project	1 x 50 mins		
	Independent Work	3 hours		
Pustaka	Main References:			
	<ol style="list-style-type: none"> Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Management</i>, Pearson Education, 2005 Holloway, Chris, and Humphreys, Claire, <i>The Business of Tourism</i>, 9th Edition, Pearson Education, 2012 			
	Additional Reference:			
	<ol style="list-style-type: none"> Hall, C., Michael, <i>Tourism Planning</i>, 2nd Edition, Pearson Education, 2007 			
Panduan Penilaian	Absence	5%	A > 90	
	Quiz	10%	AB ≥ 85	
	UTS	30%	B ≥ 80	
	Group/Individual Assignment	10%	BC ≥ 75	
	Peer Evaluation	10%	C ≥ 60	
	UAS/Final Project	35%	F < 60	
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
	An Introduction to Tourism	<ul style="list-style-type: none"> • Class Management • Conceptual Framework of Tourism • The structure of tourism business 	Understand the conceptual of tourism and the structure of tourism business	References: 1. Holloway, Chris, and Humphreyes, Claire, <i>The Business of Tourism</i> , 9th Edition, Pearson Education, 2012, Chp.1 2. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 2
2	Analysis of The Business Enviroment and Strategy in Tourism	<ul style="list-style-type: none"> • The demand of tourism • The economic impact of tourism • The Socio-cultural impact of tourism • The environment impact of tourism 	Understand factors that influence tourism business	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 9 2. Holloway, Chris, and Humphreyes, Claire, <i>The Business of Tourism</i> , 9th Edition, Pearson Education, 2012, Chp. 4, 5,6,7
3	Tourism Policy, Planning and Development	<ul style="list-style-type: none"> • Inside the 'black box' of tourism planning and policy • The changing dimensions of tourism planning • The integrated and strategic tourism planning process 	Understand how to plan tourism business	1. Hall, C., Michael, <i>Tourism Planning</i> , 2nd Edition, Pearson Education, 2007, Chp. 1,3, 5
4	Practical on Map work and Tourist Map Designing	Case study : Designing Tourist Destinations	Be able to arrange and design tourist destinations	Holloway, Chris, and Humphreyes, Claire, <i>The Business of Tourism</i> , 9th Edition, Pearson Education, 2012, Chp.9
5	Tourism Business Organization	The structure and organisation of the travel and tourist industry	Understand and capable to organize tourist business	Holloway, Chris, and Humphreyes, Claire, <i>The Business of Tourism</i> , 9th Edition, Pearson Education, 2012, Chp. 8
6	Information and technology and management information system in tourism	Practical on Computer Application in Tourism and Itinerary designing	Understand and capable to implement managment information system based on the technology	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 11
7	Guest Lecture	Guest Lecturing Discusion		
8	Mid Term			
9	Human resources management in tourism business		Understand and capable to manage human resources in tourism business	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson

				Education, 2005, Chp. 5
10	Finance and accounting for tourism		Understand and capable to manage financial resources in tourism business	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 7
11	Tourism Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Designing marketing program in tourism business • Group presentation 	Understand and capable to design marketing program in tourism business	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 6
12	Tourism business and the law	<ul style="list-style-type: none"> • Case study of law problem in tourism business • Group presentation 	Understand how to solve problem regarding to law case in tourism business	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 12
13	Managing a small non-profit tourism organization	<ul style="list-style-type: none"> • Case study : managing a small non-profit tourism organization 	Understand and capable how to manage a small non-profit tourism organization	1. Beech, John, and Chadwick, Simon, <i>The Business of Tourism Managment</i> , Pearson Education, 2005, Chp. 8
14	Eco-Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> • Case study : eco-tourism business • Group presentation 	Understand and capable how to implement green concept in tourism business	
15	Field Trip			
16	Final Test			

<MK3015>Bisnis Modal Ventura

Kode Matakuliah: MK3015	Bobots: 3	Semester: 7/8	KK / Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Bisnis Modal Ventura			
	Venture Capital Business			
Silabus Ringkas	Kuliahpilihaniniberfokuspadabisnis modal venturadalamkonteksbisnismula yang memiliki potensipertumbuhantinggi. Kuliahinibertujuanuntukmenganalisisisu-isu yang terjadipadausaha baru dengan mengintegrasikanbidang akademik dan praktisi.			
	This elective course focuses on venture capital business in the context of a high-growth potential start-up company. This course is aimed for analyzing issues that occurred on new ventures by integrating academic and practice point of view.			
Silabus Lengkap	Kuliahpilihaniniberfokuspadabisnis modal venturadalamkonteksbisnismula yang memiliki potensipertumbuhantinggi. Program inidimotivasi oleh peningkatan kebutuhan untuk keuitass wastasebagai alternative dari pinjaman perbankan. Kursus ini membahastopiMKbisnis modal venturadari dua perspektif yang berbeda: isu-isu yang berhubungan dengan permintaan untuk keuitass wastadan modal ventura (perspektif pengusaha) dan isu-isu yang berhubungan dengan memasok modal (perspektif investor). Topik-topik yang akan dibahas adalah proses start-up bisnis, metode penilaian, penilaian usaha baru, dan siklus modal ventura. Kuliahinijuga akan membahastentang peran pemodal venturadalam proses bisnis investasi. Dosentamudari praktisi bisnis akan diundang dalam kuliahinini untuk MKerbagi pengalaman mereka.			
	This elective course focuses on venture capital business in the context of a high-growth potential start-up company. The course is motivated by increase in the need for private equity as alternatives from banking loans. The course addresses this topic from two distinct perspectives: issues that relate to the demand for private equity and venture capital (the entrepreneur's perspective) and issues that relate to supply of capital (the investor's perspective). This course is aimed for analyzing issues that occurred on new ventures by integrating academic and practice point of view. The topics will be discuss are the processes of start-up business, assessment method, assessment of new venture, and capital venture cycle. Moreover, the topic will be about the role of venture capitalist on business investment stage. Guest lectures from business practitioners are invited to share their knowledge.			
Luaran (Outcomes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampumengembangkan keterampilan analitik dan berpikir kritis dalam bisnis modal ventura. 2. Mampumengembangkan pengetahuan melalui terminology, klasifikasi, dan tren dari modal bisnis ventura melalui kuliahinijugamelalui interaksi dengan praktisi. 3. Mampumengembangkan konsep baru dalam bisnis secara efektif. 4. Menguasai pengetahuan pengembangan bisnis. 			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	Kunjungan ke industri, Kuliahtamu			
Pustaka	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i> , Madison Books. (Pustaka Utama)			
	Crisp, P., (2001), <i>Winning Angels</i> , Pearson Education Limited. (Pustaka Utama)			
	Levin, J.S., (2000), <i>Structuring Venture Capital, Private Equity, and Entrepreneurial Transactions</i> , Little, Brown and Company. (Pustaka Pendukung)			
	Edward, E., (2010), <i>Startup: The Complete Handbook for Launching a Company for Less</i> , Essential Books. (Pustaka Pendukung)			
	Alexander Osterwalder, <i>Business Model Generation</i> , Edisi Pertama (Pustaka Pendukung)			
Panduan Penilaian	Partisipasi 30%	Individual grade by facilitator		
	UTS	20%	Individual grade by facilitator	
	UAS	50%	Individual grade by facilitator	
Catatan Tambahan	The assigned readings in the course are in the range of moderate to heavy, particularly in the middle of the course (the seven fundamentals of early stage investing and the venture capital cycle). The lectures and discussions will be much meaningful if the required readings have been studied in advance. From time to time, changes in presentations or materials may be made to achieve academic objectives.			

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Introduction	<ul style="list-style-type: none"> • Industri modal venturasaatini • Resiko-resikobisnismula 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengertiindustri modal venturasaatini. • Resiko-resikobisnismula. 	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i>
2	Angel Investor and Investing	<ul style="list-style-type: none"> • Angel investor 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengertibagaimana angel investor mengevaluasibisnis. 	Crisp, P., (2001), <i>Winning Angels</i>
3	Struktur dan Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur modal ventura dan aktifitasnya • Isu organisasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerti struktur modal ventura dan aktifitasnya. • Mengenalisu-isu organisasi yang dialamiperusahaanbisnismula. 	Levin, J.S., (2000), <i>Structuring Venture Capital, Private Equity, and Entrepreneurial Transactions</i>
4	Rencana Bisnis	Rencana Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Mengertibagaimanamembuatrencanabisnis yang baik. 	Edward, E., (2010), <i>Startup: The Complete Handbook for Launching a Company for Less</i>
5	Kunjungan Lapangan: Sarana Jabar Ventura	<ul style="list-style-type: none"> • Berbagi Pengalaman 		
6	Dasar dari Tahap Awal Berinvestasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi sumber 2. Evaluasi 	Mengenali 7 dasar dari tahap awal berinvestasi.	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i>
7	Dasar dari Tahap Awal Berinvestasi	<ol style="list-style-type: none"> 3. Menilai 4. Membangun Struktur 	Mengenali 7 dasar dari tahap awal berinvestasi.	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i>
8	<i>Ujian Tengah Semester</i>			
9	Dasar dari Tahap Awal Berinvestasi	<ol style="list-style-type: none"> 5. Bernegosiasi 6. Memberikan Dukungan 7. Mengambil Hasil 	Mengenali 7 dasar dari tahap awal berinvestasi.	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i>
10	Kuliah Tamu	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman Praktis 	Berbagi pengalaman	
11	Konsep Umum tentang Inkubator Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi Inkubator Bisnis • Contoh Inkubator Bisnis • Tantangan dan Keuntungan 	Mampu mengenali dan mengidentifikasi inkubator bisnis. Paham bagaimana inkubator bisnis bekerja.	Edward, E., (2010), <i>Startup: The Complete Handbook for Launching a Company for Less</i>
12	Proses Keluar	<ul style="list-style-type: none"> • Proses Keluar • Menawarkan saham kepada publik (Going Public) 	Mampu mengidentifikasi konsep dan praktek "exit strategy". Mengerti proses IPO.	Bartlett, J.W., (1999), <i>Fundamentals of Venture Capital</i>
13	Kuliah Tamu	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman Praktis 	Berbagi pengalaman	
14	Pembangkitan Model Bisnis	Tugas Kelompok: Membuat sebuah inovasi dari sebuah model bisnis.		Alexander Osterwalder, Business Model Generation
15	<i>Rangkuman Perkuliahan</i>			
16	<i>Ujian Akhir Semester</i>			

<MK3016> Kewirausahaan Kreatif dan Budaya

Kode Matakuliah: MK3016	Bobot sks: 4	Semester: 7	KK/Unit Penanggung Jawab: Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	Sifat: Wajib Prodi
Nama Matakuliah	Kewirausahaan Kreatif dan Budaya			
	Creative and Cultural Entrepreneurship			
Silabus Ringkas	Kuliah ini bertujuan agar mahasiswa dapat memahami bagaimana menjalankan bisnis di sektor industry kreatif dan budaya			
	<i>This course aimed for students to understand how to run business in creative industry and cultural sector</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini sangat berguna bagi pewirausaha di bidang kreatif dimana mereka bisa belajar memahami lingkungan bisnis dan trend sekitar industri kreatif dan budaya, belajar mengatur organisasi kreatif, bagaimana mengatur hak cipta, bagaimana strategi kreatif untuk masuk ke industry ini.			
	<i>This course is very useful for the entrepreneur in the creative field where they can learn to understand the business environment and trends around the creative and cultural industries, creative organization learning set, how to organize copyright, how creative strategies to get into this industry.</i>			
Luaran (Outcomes)	Kuliah ini memberikan kerangka untuk memahami dan mengelola bisnis kreatif dan budaya dengan etika yang baik. Penekanan diberikan kepada pemahaman lingkungan eksternal di industri kreatif dan manajemen organisasi kreatif. Kuliah ini juga menawarkan tantangan-tantangan untuk penciptaan inovasi di industry kreatif yang memberikan nilai tambah dengan memperhitungkan lingkungan eksternal industry kreatif dan trend yang ada.			
Matakuliah Terkait	?		Prasyarat	
	?		Bersamaan	
Kegiatan Penunjang	?			
Pustaka	Chriss Bilton, Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management Wiley-Blackwell; 1 edition (September 18, 2006) (Pustaka Utama)			
	Colette Henry , Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective, Edward Elgar Pub; First Edition edition (February 26, 2008) (Pustaka Pendukung)			
	David Hesmondhalgh, The Cultural Industries. SAGE Publications Ltd; Third Edition edition, December 26, 2012) (Pustaka Pendukung)			
Panduan Penilaian	<ul style="list-style-type: none"> Laporan dan presentasi sebagai ujian tengah Ujian tulis akhis semester (essay) Keaktifan dan partisipasi 			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan dalam kewirausahaan kreatif dan budaya	<ul style="list-style-type: none"> Kesulitan untuk menghasilkan pengusaha di bidang ekonomi Mengembangkan budaya kewirausahaan 	Pengenalan pengusaha kreatif dan budaya	Colette Henry , Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective, Edward Elgar Pub; First Edition edition (February 26, 2008) (
2	Sifat kewirausahaan kreatif	<ul style="list-style-type: none"> Industri kreatif dan kewirausahaan di Asia timur dan tenggara Fitur Kewirausahaan industri kreatif 	Mengetahui fitur Kewirausahaan industri kreatif	
3	Mendukung sektor industri kreatif	<ul style="list-style-type: none"> Mendorong perusahaan kreatif Teknologi bahasa manusia dan kewirausahaan dalam industri kreatif 	Mengetahui <i>key success factor</i> perusahaan kreatif	
4	Kolaborasi <i>Academision-Business-Government-Community</i> di Industry Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> Bagaimana memulai kolaborasi Bagaimana memmanage kolaborasi 	Case Study: Bandung Creative City Forum	
5	<i>From Individual to process: Creative</i>	<ul style="list-style-type: none"> Inovasi dan tim Bekerja Kreatif di industri 	Mengetahui cara memmanage tim kreatif	Chriss Bilton, Management and Creativity: From

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB	Kur2013-{KB}	Halaman 128 dari 156
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB		
Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.		
Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	<i>Teams and Innovations I</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kreatif • peran kreatif dalam industri kreatif 		Creative Industries to Creative Management Wiley-Blackwell; 1 edition (September 18, 2006)
6	<i>From Individual to process: Creative Teams and Innovations II</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Growing the creative team. Familirization or Specialization?</i> • Mengelola Tim Kreatif • Kreatif <i>tention</i> dan kebutuhan untuk kepercayaan 	Mengetahui cara memmanage tim kreatif	
7	Ujian tengah Semester: Presentasi keadaan kreatif industry di Bandung			
8	Sistem Kreatif: Implikasi untuk manajemen dan kebijakan dalam industri kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola sistem kreatif dengan pengetahuan "Brokerage" • Implikasi dengan kebijakan • Sistem dan keberlanjutan 	<i>Case study: theatre as a creative system</i>	
9	<i>Managing creative work thorough release and control</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Isolasi karya kreatif <i>Bouded creativity:</i> • Kreativitas melalui kontrol dan kendala • <i>False Freedom: the new management style in practice</i> 	<i>Case study: Changing management style at the BBC</i>	Chriss Bilton, Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management Wiley-Blackwell; 1 edition (September 18, 2006)
10	Dari pemasaran kreatif untuk konsumsi kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Postmodern marketing</i> • Dari segmen ke subkultur • Rantai nilai baru dalam industri kreatif • Estetika pemasaran 	<i>Case study: Arts Marketing –From products to experiences</i>	
11	Politik kreativitas	<ul style="list-style-type: none"> • Mempromosikan ekonomi kreatif • Dari Budaya menuju industri kreatif 	<i>Case study: Creative New Zealand-the branding of creativity</i>	
12	Pembangunan Ekonomi di industri kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Social network market • Empat model kreativitas • Kreatif cluster dan inovasi 	Mengetahi trend di Industri Kreatif	Jason Potts. Creative Industries and Economic Evolution (New Horizons in Institutional and Evolutionary Economics series). Edward Elgar Pub (July 31, 2012)
13	Pendekatan Studi Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi spesifik industri budaya • Media dan ekonomi budaya 	Mengetahi trend di Industri Budaya	David Hesmondhalgh, The Cultural Industries. SAGE Publications Ltd; Third Edition edition, December 26, 2012) (Pustaka Utama)
14	Kebijakan budaya dan hukum Hak Cipta	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The creative cult: cities and cluster</i> • <i>Copyright</i> 	Mengetahui cara mengelola hak cipta	
15	Ujian Akhir Semester			

MK3017> Keuangan Bisnis

Kode Matakuliah: MK 2203	Bobot sks: 3	Semester: 4	KK / Unit Penanggung Jawab: Risiko Bisnis dan Keuangan	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Keuangan Bisnis <i>Business Finance</i>			
Silabus Ringkas	Keuangan Perusahaan memberikan pengalaman pengetahuan dan praktis dalam mengelola perusahaan, Secara umum, Manajemen Keuangan Perusahaan meliputi pengetahuan tentang hal-hal risk-return serta likuiditas keuangan dan profitabilitas perusahaan. <i>Corporate Financial Management provide knowledge and practical experiences in managing corporation. Broadly speaking, Corporate Financial Management covers the knowledge on matters of risk-and-return, as well as financial liquidity and profitability of the corporation</i>			
Silabus Lengkap	Manajemen harian keuangan perusahaan dilakukan melalui perencanaan keuangan dan pengelolaan modal kerja, yang meliputi pengelolaan kas, surat berharga, kredit, serta persediaan. Selain itu, biaya modal juga bisa diperoleh melalui kredit perdagangan tanpa biaya bunga, atau memanfaatkan akrual, serta pinjaman bank atau penerbitan surat berharga. Sebuah Manajemen Keuangan Perusahaan sukses tercermin dari kebijakan pertumbuhan perusahaan atau perkembangan eksternal, baik melalui akuisisi maupun merger. Selain itu, pemahaman tentang kegagalan perusahaan, dari tingkat terendah seperti masalah likuiditas kebangkrutan yang menyerukan restrukturisasi, sangat penting untuk mencegah perusahaan dari mengalami masalah seperti itu. <i>Daily management of corporate finance through financial planning and working capital management, which includes cash management, securities, loans, and inventory. In addition, the cost of capital can also be obtained through trade credit without interest charges, or utilize accruals and bank loans or the issuance of securities. A successful Corporate Financial Management policy reflected the company's growth or external growth, both through acquisitions and mergers. In addition, an understanding of the failure of the company, from the lowest level as a liquidity problem that calls for restructuring bankruptcy, it is important to prevent the company from having problems like that.</i>			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa mampu memahami tentang fungsi manajemen keuangan, baik di dalam perusahaan maupun dalam kaitannya dengan ekonomi domestik dan internasional.\ • Mahasiswa bisa memberikan ilustrasi pada praktik manajemen keuangan dan beberapa kebijakan, proses, teknik, dan strategi yang diterapkan dalam pengelolaan keuangan. • Mahasiswa bisa Mengembangkan pengetahuan tentang berbagai jenis dan karakteristik masalah, dan kemungkinan masalah keuangan untuk datang sekitar, dan meningkatkan kapasitas untuk menangani masalah-masalah melalui pendekatan dan perkembangan strategi pemecahan masalah yang dapat diandalkan. • Mahasiswa mampu Meningkatkan keterampilan dalam perencanaan dan pengawasan dari fungsi manajemen keuangan secara efektif, dan mampu menerapkan strategi pengelolaan yang tepat untuk menghadapi tantangan perusahaan. 			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> • Perkuliahan dalam kelas • Quiz dan tugas • Membuat team kelompok • Kuliah tamu / kuliah lapangan 			
Pustaka	(RWJ) <i>Corporate Finance Fundamentals</i> , Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield & Jeffrey Jaffe, McGraw-Hill, Eighth Edition, 2009 (LJG) <i>Principles of Managerial Finance</i> , Lawrence J. Gitman, Pearson Addison Wesley, Eleventh Edition, 2008 (KMPS) <i>Financial Management; Principles and Applications</i> , Arthur J. Keown, John D. Martin, J. William Petty & David F. Scott, Jr. Pearson Prentice Hall, Tenth Edition, 2005			
Panduan Penilaian	1. Ujian Tengah Semester (30%) 2. Ujian Akhir Semester (35%) 3. Kuis dan tugas (20%) 4. Kehadiran (5%) 5. Paper proyek proposal individu (10%)			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pengantar Keuangan Perusahaan	Pengantar keuangan perusahaan: Waktu Nilai Uang, NPV, IRR dan Payback Period.	Mahasiswa mampu memahami tentang keuangan perusahaan	Ross , Westerfield dan Jaffe, 2010, Bab 1,2,3,4
2	Capital Budgeting	<ul style="list-style-type: none"> • Penganggaran modal dalam proses keputusan; • Arus kas yang relevan; • Analisis Risiko. 	Mahasiswa mampu membuat penganggaran modal, arus kas dan analisis risiko	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab.5,6,7
3	Resiko dan nilai pengembalian	<ul style="list-style-type: none"> • Risiko dan nilai pengembalian yang ditetapkan; • Risiko dan nilai pengembalian sebagai aset tunggal; • Risiko dan nilai pengembalian: CAPM. 	Mahasiswa mampu menganalisis nilai risiko dan nilai pengembalian	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 10,11
4	Obligasi dan evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> • Suku Bunga dan Pengembalian yang Diperlukan; • Obligasi Korporasi; • Obligasi Penilaian. 	Mahasiswa mampu menghitung dan menganalisis suku bunga , obligasi korporasi dan obligasi penilaian	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 8
5	Valuasi Saham dan perusahaan Valuasi	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan antara Utang dan Ekuitas Modal • Saham dan Saham Preferen; • SahamValuasi Saham; • Pengambilan keputusan dan Nilai Saham Biasa. • Perusahaan Valuasi; • Pengambilan keputusan dan Nilai Saham Biasa. 	Mahasiswa mampu memahami perbedaan antara utang dan ekuitas modal, dan mampu mengidentifikasi beberapa saham, perusahaan valuasi	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 9
6	Biaya Modal	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya utang jangka panjang; • Biaya saham preferen; • Biaya saham biasa; • Biaya rata-rata tertimbang modal; • Biaya marginal dan keputusan investasi. 	Mahasiswa mampu mengidentifikasi Biaya utang jangka panjang, Biaya saham preferen, Biaya saham biasa, Biaya rata-rata tertimbang modal dan Biaya marginal dan keputusan investasi	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 13
7	REVIEW			
8	MID TEST			
9	Modal Struktur 1: Tidak ada Pajak	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan dalam struktur permodalan; • Pendekatan EBIT-EPS terhadap struktur modal; • Dampak dari pajak perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan. 	Mahasiswa mampu memahami perusahaan dalam struktur permodalan, pendekatan EBIT –EPS terhadap striuktur modal dan dampak dari pajak .	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 16
10	Modal Struktur 2: Dengan Pajak	<ul style="list-style-type: none"> • Proposisi Modigliani Miller • Memilih struktur modal yang optimal. 	Mahasiswa mampu memahami proposisi Modigliani miler dan mampu memilih struktur modal yang optimal	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 16
11	Kebijakan Dividen & Pembelian Kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Mekanika : bagaimana dividen dibayarkan; • Bagaimana perusahaan memutuskan dividen • Bentuk dividen. 	Mahasiswa mampu mengidentifikasi mekanika bagaimana dividen dibayarkan, perusahaan yang memutuskan dividend an bias memahami bentuk dividend	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 19
12	Restrukturisasi Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Merger; • Akuisisi, kesulitan Keuangan: penyebabnya, dan bagaimana mengatasinya. 	Mahasiswa mampu memahami tentang merger, akuisisi	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 29
13	Manajemen Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Keuangan 	Mahasiswa mampu menganalisis dan memahami	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010,

	Internasional dan Manajemen Risiko	<p>Multinasional;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perdagangan di Bursa Asing; • Internasional Uang dan Pasar Modal; • Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar • International Capital Struktur; • International Capital Bugeting; • Derivatif dan Manajemen Risiko Mata. 	tentang Manajemen Keuangan Multinasional;Perdagangan di Bursa Asing;Internasional Uang dan Pasar Modal;Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar;International Capital Struktur;International Capital Bugeting; dan Derivatif dan Manajemen Risiko Mata	Bab 31
14	Leasing	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis Leasing • Evaluasi oleh Penyewa guna usaha; • Evaluasi oleh lessor. 	Mahasiswa mampu memahami tentang leasing, evaluasi oleh penyewa guna usaha dan evaluasi oleh lessor	Ross , Westerfield and Jaffe, 2010, Bab 21
15	Class Review			
16	FINAL EXAM			

<MK3018> Kewirausahaan Korporasi

Kode Matakuliah: MK3018	Bobot sks: 3 SKS	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab: Entrepreneurship and Technology Management (ETM)	Sifat: [Pilihan]
Nama Matakuliah	[Kewirausahaan Korporasi] [Intrapreneurship]			
Silabus Ringkas	[Memperkenalkan konsep intrapreneurship atau kewirausahaan dalam suatu perusahaan/organisasi, mengenali faktor yang mendukung dan menghalangi intrapreneurship, dan memberikan contoh penerapannya di perusahaan] [Introducing the concept of intrapreneurship or entrepreneurship in a company / organization, identify factors that support and hinder intrapreneurship, and gives examples of its application in the enterprise]			
Silabus Lengkap	[Mata kuliah ini akan mengarahkan mahasiswa untuk dapat menentukan konsep intrapreneurship atau kewirausahaan dalam perusahaan / organisasi dan juga untuk mengevaluasi kemajuannya. Mata kuliah ini akan membahas detail tentang komponen yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan strategi kewirausahaan dalam organisasi. Mulai dari diskusi tentang sifat kewirausahaan perusahaan, perspektif dan visi kewirausahaan, pengembangan dan faktor dipengaruhi sampai menunjukkan arah kewirausahaan dalam organisasi di masa depan] [This course will take students to determine intrapreneurship concept or entrepreneurship within corporation/organizations and to evaluate also its progress. The course will detail discuss about components which is needed to implement entrepreneurial strategy in the organization. Start from discussion about the nature of corporate entrepreneurship, perspective and vision of entrepreneurship, its development and influenced factor up to orientate entrepreneurship within organization in the future]			
Luaran (Outcomes)	[Setelah menyelesaikan kuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat mengerti apa yang dimaksud dengan intrapreneurship, dapat mengidentifikasi tantangan dan peluangnya, dan melihat pentingnya aktivitas entrepreneurial. Bahwasanya entrepreneurial mindset itu dapat diimplementasikan baik dalam dunia bisnis maupun dunia kerja. Pada akhirnya nanti mahasiswa dapat mengaplikasikannya di dunia kerja, menciptakan lingkungan yang kondusif, terbuka untuk hal yang baru, toleran terhadap kesalahan, selalu mencari peluang dan memberikan "nilai lebih" bagi para stakeholder yang terlibat]			
Matakuliah Terkait	[MK 4103 Dinamika Kewirausahaan]	[bersamaan]		
	[MK 2202 Managing New Product Development]	[bersamaan,]		
Kegiatan Penunjang	[Tutorial, Lab Work, Kerja Mandiri.]			
Pustaka	[Michael H. Morris , Donald F. Kuratko , Jeffrey G Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007]([Pustaka utama] [Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006] ([Pustaka pendukung]) [Pinchot and Pellman (1999), Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation] ([Pustaka /pendukung])			
Panduan Penilaian	Tugas Individu = 20% [Partisipasi, Tugas Kelompok, Ujian) Tugas Kelompok = 20% [Tugas Kelompok) Mid Test = 30% [Ujian] Final Test = 30% [Ujian]			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan (Globalisasi, Lingkungan Bisnis, Kewirausahaan)	<ul style="list-style-type: none"> - Globalisasi - Perkembangan <i>Entrepreneurship</i> dan <i>Corporate Entrepreneurship</i> - Keunggulan Menerapkan Kewirausahaan di Dalam Perusahaan 	Mahasiswa memahami kondisi lingkungan bisnis yang terjadi, arus globalisasi dan pentingnya entrepreneurship dalam menghadapi globalisasi yang akan memaksa perusahaan untuk berkompetensi	<p>Buku teks wajib:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Michael H. Morris</u>, <u>Donald F. Kuratko</u>, <u>Jeffrey G. Covin</u>, "<i>Corporate Entrepreneurship & Innovation</i>", 2nd edition, Cengage Learning, 2007 2. <u>Neal Thornberry</u>, "<i>Lead Like An Entrepreneur</i>", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
2	Kewirausahaan dan Korporasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>) - Kewirausahaan Korporasi (<i>Intrapreneurship</i>) - Tipe dari Kewirausahaan Korporasi - Peran Pelatihan Kewirausahaan Korporasi - Persamaan dan Perbedaan Antara <i>Entrepreneurship</i> dan <i>Intrapreneurship</i> 	Mahasiswa mengerti definisi, tipe, peran, perbedaan dan persamaan dari kewirausahaan dan intrapreneurship	<p>Buku teks wajib:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Michael H. Morris</u>, <u>Donald F. Kuratko</u>, <u>Jeffrey G. Covin</u>, "<i>Corporate Entrepreneurship & Innovation</i>", 2nd edition, Cengage Learning, 2007 2. <u>Neal Thornberry</u>, "<i>Lead Like An Entrepreneur</i>", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
3	Bisnis Baru (dalam Korporasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Membawa Bisnis Baru ke Dalam Perusahaan - Motif dari Bisnis Baru - <i>New Business Team and Division</i> (Tim dan Divisi Usaha Baru) - Mengembangkan Bisnis Baru 	Mahasiswa memahami keberadaan bisnis baru dalam perusahaan, proses penciptaan bisnis baruan dalam pengembangan bisnis baru dalam perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Michael H. Morris</u>, <u>Donald F. Kuratko</u>, <u>Jeffrey G. Covin</u>, "<i>Corporate Entrepreneurship & Innovation</i>", 2nd edition, Cengage Learning, 2007 2. <u>Neal Thornberry</u>, "<i>Lead Like An Entrepreneur</i>", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
4	Kewirausahaan Korporasi Dan Inovasi	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi - Derajat Inovasi - Tipe Sumber Daya Manusia di Koperasi dalam Kaitannya dengan Inovasi - Model Makro dan Mikro antara <i>Entrepreneurship</i> dan Inovasi - Menciptakan Perusahaan yang Inovatif 	Mahasiswa memahami konsep, tipe dan derajat inovasi dalam perusahaan. Dan kaitan /hubungan antara inovasi dengan intrapreneurship dan proses inovasi dalam perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Michael H. Morris</u>, <u>Donald F. Kuratko</u>, <u>Jeffrey G. Covin</u>, "<i>Corporate Entrepreneurship & Innovation</i>", 2nd edition, Cengage Learning, 2007 2. <u>Neal Thornberry</u>, "<i>Lead Like An Entrepreneur</i>", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
5	Inovasi dan Competitive Advantage dalam Kewirausahaan Korporasi	<ul style="list-style-type: none"> - Definisi Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>) - Inovasi dan Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>) - Kewirausahaan Korporasi sebagai <i>Competitive Advantage</i> yang Unik 	Mahasiswa memahami konsep dari definisi keunggulan bersaing, pentingnya keunggulan bersaing dalam perusahaan dan hubungan inovasi dengan keunggulan bersaing dalam perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Michael H. Morris</u>, <u>Donald F. Kuratko</u>, <u>Jeffrey G. Covin</u>, "<i>Corporate Entrepreneurship & Innovation</i>", 2nd edition, Cengage Learning, 2007 2. <u>Neal Thornberry</u>, "<i>Lead Like An Entrepreneur</i>", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman

				(1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
6	Kewirausahaan Korporasi dan Kinerja Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan antara Kewirausahaan Korporasi dan Kinerja Perusahaan - Hambatan dalam Menerapkan Kinerja Kewirausahaan - Menilai Kinerja Perusahaan yang Mengadopsi Kewirausahaan Korporasi 	<i>Mahasiswa memahami hubungan intrapreneurship dan kinerja perusahaan Mahasiswa mengetahui hambatan dan menilai kinerja perusahaan</i>	1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
7	Budaya Kewirausahaan Korporasi (Kunjungan Perusahaan)	<ul style="list-style-type: none"> - Definisi Budaya Organisasi - Menciptakan Budaya Positif dalam Kewirausahaan Korporasi - Budaya Tradisional dan Budaya Kewirausahaan Korporasi dalam Organisasi - Faktor Budaya dalam Kewirausahaan Korporasi 	<i>Mahasiswa memahami konsep budaya intrapreneurship Mahasiswa mengetahui factor yang mempengaruhi intrapreneurship Mahasiswa mengetahui cara menciptakan budaya positif dalam intrapreneurship</i>	<i>Wawancara :Pengusaha Intrapreneurship</i>
8	MID TEST			1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
9	Corporate Entrepreneurship dan Struktur Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Struktur Organisasi dan Komponennya - Tipe Struktur Organisasi - Struktur Organisasi Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Organization</i>) 	<i>Mahasiswa mengetahui komponen, tipe dan struktur organisasi kewirausahaan Mahasiswa mengetahui cara membuat struktur organisasi perusahaan</i>	1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
10	Kewirausahaan Korporasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber Daya Manusia (SDM) di Kewirausahaan Korporasi - Fungsi dan Aktivitas Manajemen SDM di dalam Kewirausahaan Korporasi - Peran Manajemen SDM di Dalam Kewirausahaan Korporasi 	<i>Mahasiswa memahami ruang lingkup, fungsi dan aktivitas sumberdaya manusia dalam perusahaan</i>	1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), <i>Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation</i>
11	Kewirausahaan Korporasi dan Strategi (Kuliah Tamu)	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi Kewirausahaan Korporasi - Menyusun Strategi 	<i>Mahasiswa mengetahui cara menyusun strategi intrapreneurship dan cara mengimplementasikan</i>	<i>Dosen Tamu</i>

		Kewirausahaan Korporasi - Implementasi Strategi Kewirausahaan Korporasi		
12	Kewirausahaan Korporasi dan Strategi (Kuliah Tamu)	- Strategi Kewirausahaan Korporasi - Menyusun Strategi Kewirausahaan Korporasi - Implementasi Strategi Kewirausahaan Korporasi	Mahasiswa mengetahui cara menyusun strategi intrapreneurship dan cara mengimplementasikan	Dosen Tamu
13	Marketing Kewirausahaan	- Marketing Kewirausahaan atau Value-driven Marketing - Inovasi Produk - Struktur Organisasi untuk Mendukung Pengembangan Produk Baru	Mahasiswa mengetahui tentang marketing perusahaan dan mengetahui cara mengembangkan produk baru dalam perusahaan	1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation
14	Kepemimpinan di Kewirausahaan Korporasi	- Entrepreneurial Leadership - Hal-hal Penting Dalam Entrepreneurial Leadership	Mahasiswa mengetahui pentingnya leadership dalam perusahaan Mengetahui proses leadership dalam perusahaan	1. Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, Jeffrey G. Covin, "Corporate Entrepreneurship & Innovation", 2 nd edition, Cengage Learning, 2007 2. Neal Thornberry, "Lead Like An Entrepreneur", 1st edition, McGraw-Hill, 2006 3. Pinchot and Pellman (1999), Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation
15	Final Test (Project Presentation)			
16	Final Test (Project Presentation)			

<MK3019> Kreativitas dan Inovasi

KodeMatakuliah: MK3019	Bobots: 3	Semester: 7/8 <i>Ganjil/Genap</i>	KK / Unit PenanggungJawab: Sub KelompokKeahlianKewiraus ahaandanManajemenTeknolo gi	Sifat: Pilihan
NamaMatakuliah	KreatifitasdanInovasi Creativity and Innovation			
SilabusRingkas	Kreatifitasdaninovasisangatpentingbagiwirausahauntukmenciptakanataumengembangkanbisnismereka. Kuliahiniakanmengajarkanmahasiswabisniskonsep- konsep-kreatifitasdaninovasiandbagaimanapenerapnyadalambisnismereka. Creativity and innovation are essential for entrepreneurs to create or develop their business. This course will teach business students the concepts of creativity and innovation and how they can be implemented in their businesses.			
SilabusLengkap	Inovasi merupakan katalisator pertumbuhan bisnis, namun banyak wirausahawan di industry gagal untuk menciptakan iklim yang mendorong inovasi. Kuliah ini akan mengajarkan mahasiswa wisa konsep- konsep kreatifitas dan inovasi dan bagaimana penerapannya dalam bisnis mereka. Innovation is an undisputed catalyst for business growth, yet many entrepreneurs across industries fail to create a climate that encourages innovation. This course will teach business students the concepts of creativity and innovation and how they can be implemented in their businesses.			
Luaran (Outcomes)	5. Mampumemahamikonsep-kreatifitas 6. Mampumemahamikonsep-inovasi 7. Mampumenerapkankonsep-konsep-kreatifitasdaninovasi padabisnis 8. Menguasapengetahuanpengembanganbisnis.			
MatakuliahTerkait	MK2101 / BerpikirDesainuntukInovasi			
KegiatanPenunjang	Kunjungankeindustri, Kuliahtamu			
Pustaka	MihalyCsikszentmihalyi, Creativity, EdisiPertama (Pustakautama) Harvard Business Essentials, Managing Creativity and Innovation, EdisiPertama, Harvard Business School Publishing, 2003 (Pustakapendukung) Tim Brown, Change by Design, EdisiPertama, HarperCollins Publishers, 2009. (Pustakapendukung) Tom Kelley, the Ten Faces of Innovation, EdisiPertama, Doubleday, 2005 (Pustakapendukung) Alexander Osterwalder, Business Model Generation, EdisiPertama (PustakaPendukung)			
PanduanPenilaian	TugasKelompok 15% Penilaiankelompok Kehadiran 10% Penilaianindividu Partisipasi 25% Penilaianindividu UTS 25% Penilaianindividu UAS 25% Penilaianindividu			
CatatanTambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	CapaianBelajarMahasiswa	SumberMateri
1	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan Filosofi Dasar Filosofi 	<ul style="list-style-type: none"> Pribadi Spiritual Bisnis KreasiBersama 	<ul style="list-style-type: none"> Mengertifilosofidasarkreatifitas Mengertibentuk-bentukbarupemikiran-kreatifdandampaknyaterhadapbisnis. 	MihalyCsikszentmihalyi, Creativity
2	<ul style="list-style-type: none"> Keterampilan (bagian 1) Keterampilan (bagian 2) 	<ul style="list-style-type: none"> Menyeimbangkanotakkanandanotakkiri Pembelajaranseumurhidup Paradigma Kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> Mengertimengenaipentingnyamenggunakanotakkanan Menerapkancarakreatifpadakehidupansehari-haridanseterusnya 	MihalyCsikszentmihalyi, Creativity
3	Metode-metode Kreatifitas (bagian 1)	<ul style="list-style-type: none"> Prosedur Model-model kreatifitas Teknik-teknikpemecahanmasalahkreatif 	<ul style="list-style-type: none"> Mampumenciptakan ide melalucaracarakreatif Mengetahui proses berpikirterbuka 	MihalyCsikszentmihalyi, Creativity
4	Metode-metode Kreatifitas (bagian2)	<ul style="list-style-type: none"> Prosedur Model-model kreatifitas Teknik-teknikpemecahanmasalahkreatif 	<ul style="list-style-type: none"> Mampumenciptakan ide melalucaracarakreatif Mengetahuitipe-tipeinovasi SCAMPER 	MihalyCsikszentmihalyi, Creativity

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB

Kur2013-{KB}

Halaman 137 dari 156

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB

Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.

Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

5	Berpikir Desain (1)	<ul style="list-style-type: none"> LatarBelakang Tujuandariberpikirdesain 	<ul style="list-style-type: none"> Mampumenciptakan ide melaluiberpikirdesain 	Tim Brown, Change by Design
6	Berpikir Desain (2)	<ul style="list-style-type: none"> Prosedur Teknik-teknik berpikirdesain StudiKasus 	<ul style="list-style-type: none"> Mampumenciptakan ide melaluiberpikirdesain 	Tim Brown, Change by Design
7	Teknologi (bagian 1)	<ul style="list-style-type: none"> Internet Teknologibergerak TeknologiInformasi SistemManajemenPengetahuan 	Mampumengkorelasikanberpikirkreatifdenganbisnisberbasisteknologi	Harvard Business Essentials, Managing Creativity and Innovation
8	<i>Ujian Tengah Semester</i>	<i>Presentasi poster berpikirdesain danteknologi</i>		
9	Teknologi (bagian 2)	<ul style="list-style-type: none"> Internet Teknologibergerak TeknologiInformasi SistemManajemenPengetahuan 	Mampumengkorelasikanberpikirkreatifdenganbisnisberbasisteknologi	Harvard Business Essentials, Managing Creativity and Innovation
10	Kunjungan ke Industri Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> PengalamanPraktis 	Berbagipengalaman	
11	Pembangkitan Model Bisnis (1)	<ul style="list-style-type: none"> Beberapaontohmodel bisnis Proses dari model bisnis 	Mampumenciptakan model bisnissederhana	Alexander Osterwalder, Business Model Generation
12	Pembangkitan Model Bisnis (2)	<ul style="list-style-type: none"> Proses inovasi model bisnis 	Mampumelakukaninovasi model bisnisdenganmenggunakan SCAMPER	Alexander Osterwalder, Business Model Generation
13	KuliahTamu (FikiSatari-BCCF)	<ul style="list-style-type: none"> PengalamanPraktis 	Berbagipengalaman	
14	RangkumanKuliah+ TugasAkhir			
15	<i>Ujian Akhir Semester</i>			

<MK3020> Manajemen Teknologi

Kode Matakuliah: MK3020	Bobot sks: 3 SKS	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab: Entrepreneurship and Marketing Strategy	Sifat: [Pilihan]
Nama Matakuliah	[Manajemen Teknologi] [Management of Technology]			
Silabus Ringkas	[Manusia secara alami kreatif. Mereka menciptakan teknologi untuk perbaikan gaya hidup. Perbaikan gaya hidup dicapai melalui inovasi teknologi. Oleh karena itu, inovasi teknologi memungkinkan pembangunan manusia yang kompetitif. Kuliah ini membantu siswa untuk memahami konsep dasar manajemen teknologi dan perannya dalam persaingan bisnis dan penciptaan kekayaan. Akhirnya dalam mata kuliah ini akan dijelaskan beberapa tantangan pada inovasi teknologi di negara-negara berkembang] [People are naturally creative. They create technologies for lifestyle betterment. Lifestyle betterment is achieved through technological innovation. Therefore, technological innovations enable competitive human development. This lecture helps students to understand the basic concepts of technology management and its role in business competition and wealth creation. Finally this course will describe some challenges on technology innovation in the developing countries.]			
Silabus Lengkap	[Mata kuliah ini akan mengarahkan mahasiswa untuk dapat menjelaskan konsep dan pentingnya Teknologi untuk mengembangkan masyarakat manusia, mendiagnosa peran teknologi manajemen dan fungsinya, menerapkan prinsip-prinsip manajemen teknologi dalam bisnis, mendiagnosa, dan menerapkan teknik-teknik dalam pengelolaan teknologi seperti: teknologi peramalan, perencanaan teknologi, strategi teknologi, dll] [This course will take students to explain the concept and importance of Technology to develop human societies, diagnose the role of management technology and its functions, apply the principles of management technology in business, diagnose, and apply the techniques in management of technology such as : technology forecasting, technology planning, technology strategy, etc]			
Luaran (Outcomes)	[Setelah menyelesaikan kuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat mendapatkan pemahaman yang luas dari peran teknologi dalam masyarakat dan bagaimana mengelola teknologi dan fungsinya]			
Matakuliah Terkait	[MK 2102 Sistem Produksi dan Teknologi]	[prasyarat]		
	[MK 2101 Berpikir Desain dan Inovasi]	[prasyarat]		
Kegiatan Penunjang	[Tutorial, Lab Work, Kerja Mandiri.]			
Pustaka	Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. ([Pustaka utama]) Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall ([Pustaka pendukung]) Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation [([Pustaka /pendukung])			
Panduan Penilaian	Tugas Individu = 20% [Partisipasi, Tugas Kelompok, Ujian] Tugas Kelompok = 20% [Tugas Kelompok] Mid Test = 30% [Ujian] Final Test = 30% [Ujian]			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Basic Concept of Technology	<ul style="list-style-type: none"> • Co-evolution of technology and human societies • Technology and knowledge definition • Sophistication of technology and components and interaction • Technology classification 	<ul style="list-style-type: none"> • To understand the importance of technology for human societies • To understand the fundamental of technology • To understand the essence of technology-systems in operation 	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
2	Basic Concept of Technology Management	<ul style="list-style-type: none"> • Management definition • Management of technology definition • Why do we need management of technology? 	To understand the basic concept of technology management and its role in community	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
3	Important Factors in Management of Technology	<ul style="list-style-type: none"> • Invention • Innovation • Innovation penetration to market • The relation between technology and price • Time factor - 	To explain and diagnose the factors related to management of technology	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
4	Energizing Economic Assets and Potent Capacities for Competition	<ul style="list-style-type: none"> • Schema of degrees of technology component sophistication • Integrating technological considerations into strategic equations 	To explain, analyze and how to energize economic assets and potent capacities for competition	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
5	Technology Planning and Forecasting	<ul style="list-style-type: none"> • Definition • Technology Forecasting • Technology road map • Technology planning and S cycle 	<ul style="list-style-type: none"> • To understand the importance of planning • To apply different approaches to forecasts 	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
6	Technology Planning and	<ul style="list-style-type: none"> • Corporation technology strategy approach 	<ul style="list-style-type: none"> • To understand the importance of planning 	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlle, John E. 2006. Managing Innovation.

	Forecasting (2)	<ul style="list-style-type: none"> Structural thinking for technology Future guidance for technology strategy 	<ul style="list-style-type: none"> To apply different approaches to forecasts 	<ul style="list-style-type: none"> Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
7	Managing Research Function	<ul style="list-style-type: none"> Product and technology life cycles Nature of research and development Research strategy and organization 	<ul style="list-style-type: none"> To understand the product and technology life cycles To understand, analyze and evaluate research strategy and organization 	<ul style="list-style-type: none"> Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
8	<i>MID TEST</i>			
9	Managing Engineering Design	<ul style="list-style-type: none"> Systems engineering/new product development Control systems in design 	To apply the phases or stages in systems engineering and the new product development process	<ul style="list-style-type: none"> Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
10	Strategy in Technology	<ul style="list-style-type: none"> Strategy definition Strategy formulation Strategy analysis method 	To understand the technology strategy formulation	<ul style="list-style-type: none"> Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
11	Technology Transfer	Technology flow definition and classification	To understand about technology transfer	<ul style="list-style-type: none"> Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
12	Knowledge Fusion Process for Technological Innovation	<ul style="list-style-type: none"> Capitalizing knowledge and innovation for wealth creation Balancing uneasy tensions between competition and cooperation - 	To understand and evaluate how to nurture knowledge fusion process for technological innovation	<ul style="list-style-type: none"> Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall Sharif, Nawaz. 2007. Book

				Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
13	Innovation Project Plans	<ul style="list-style-type: none"> • Successful implementation of innovation project plans • Enabling deliberate incorporation of sustainable growth factors 	To understand how to manage successful innovation project and how to apply	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
14	Technology Innovation Challenges	<ul style="list-style-type: none"> • Challenges of innovation in developing countries • Global challenges looming in 21st century 	To understand technology innovation challenges in real world practices	<ul style="list-style-type: none"> • Ettlie, John E. 2006. Managing Innovation. • Morse, L.C. and D.L. Babcock. 2006 Managing Engineering and Technology, 4e. Prentice Hall • Sharif, Nawaz. 2007. Book Workshop on Technological Innovation Management for Wealth Creation.
15	Final Test (Project Presentation)			
16	Final Test (Project Presentation)			

<MK3021> Komersialisasi Teknologi

Kode Matakuliah: MK3021	Bobot sks: 3	Semester: 7 atau 8	KK / Unit Penanggung Jawab: 7 atau 8	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Komersialisasi Teknologi <i>Technology Commercialization</i>			
Silabus Ringkas	Tujuan dari mata kuliah ini adalah mengenalkan dan memberikan pengetahuan kepada mahasiswa terkait komersialisasi teknologi, faktor – faktor yang mempengaruhinya dan ukuran keberhasilan dari komersialisasi tersebut <i>The purpose of this course is to introduce and give to students the knowledge regarding technology commercialization, the factors influence and success measurement of that</i>			
Silabus Lengkap	Memasuki abad 21, industri berbasis pengetahuan diharapkan menjadi bagian yang paling strategis dan penting agar sebuah organisasi, wilayah, dan negara bisa bertahan dan berkembang di kompetisi yang ada. Teknologi adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari sebuah industri berbasis pengetahuan. Komersialisasi teknologi, sebagai salah satu strategi dalam mengembangkan teknologi, dibutuhkan oleh industri tersebut. Perkuliahan ini disusun untuk mengenalkan dan memberikan pengetahuan kepada mahasiswa terkait komersialisasi teknologi, faktor – faktor yang mempengaruhinya dan ukuran keberhasilan dari komersialisasi tersebut <i>In recent years, knowledge based industries are expected to be the most critical and strategic ones for the survival and the growth of organization, regions, and nations in the competition. Technology is one thing can not be separated from knowledge based industries. Technology commercialization, one of strategy in technology development, is needed by those industries. This course is designed to introduce and give to students the knowledge regarding technology commercialization, the factors influence and success measurement of that</i>			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa memiliki pemahaman dan kecakapan dalam menjelaskan komersialisasi teknologi, faktor – faktor yang mempengaruhinya dan ukuran keberhasilan dari komersialisasi tersebut			
Matakuliah Terkait	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]		
Kegiatan Penunjang	Studi literatur			
Pustaka	Mary Elizabeth Hughes, dkk; <i>Technology Transfer and Commercialization Landscape of the Federal Laboratories</i> , Institute for Defense Analyses, 2011 (Pustaka utama) Sarah Bauer, Dr. Thomas Stackhouse, John Dement; <i>Technology Transfer Desk Reference: A Comprehensive Guide to Technology Transfer</i> , Universal Technical Resource Services, Inc.; 2011 (Pustaka alternative) Young Roak Kim, <i>Technology Commercialization in Republic of Korea; Working Paper</i> ; Diakses pada tanggal 14 Februari 2013 (Pustaka pendukung)			
Panduan Penilaian	Penilaian terhadap mahasiswa didasarkan atas pemahaman mereka terkait mata kuliah yang diajarkan dan dilihat dari hasil tugas individu dan / atau UTS dan Tugas Besar			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengenalan terhadap komersialisasi teknologi	Definisi & sejarah komersialisasi teknologi	Mahasiswa memahami definisi & sejarah komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
2	Pengenalan terhadap komersialisasi teknologi	Ruang lingkup komersialisasi teknologi	Mahasiswa memahami ruang lingkup komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
3	Pengenalan terhadap komersialisasi teknologi	Perkembangan terkini dari komersialisasi teknologi	Mahasiswa memahami perkembangan terkini dari komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
4	Faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
5	Faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
6	Faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
7	Tugas individu dan / atau UTS		Mahasiswa mampu menjelaskan contoh komersialisasi teknologi yang ada di Indonesia	Pustaka 1 & 2
8	Tugas individu dan / atau UTS		Mahasiswa mampu menjelaskan contoh komersialisasi teknologi yang ada di Indonesia	Pustaka 1 & 2
9	Tugas individu dan / atau UTS		Mahasiswa mampu menjelaskan contoh	Pustaka 1 & 2

			komersialisasi teknologi yang ada di Indonesia	
10	Ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
11	Ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
12	Ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi		Mahasiswa memahami ukuran keberhasilan dari komersialisasi teknologi	Pustaka 1 & 2
13	Tugas besar perkuliahan		Mahasiswa mampu menjelaskan dengan rinci komersialisasi teknologi yang terjadi di suatu organisasi/wilayah/negara	Pustaka 1, 2 & 3
14	Tugas besar perkuliahan		Mahasiswa mampu menjelaskan dengan rinci komersialisasi teknologi yang terjadi di suatu organisasi/wilayah/negara	Pustaka 1, 2 & 3
15	Tugas besar perkuliahan		Mahasiswa mampu menjelaskan dengan rinci komersialisasi teknologi yang terjadi di suatu organisasi/wilayah/negara	Pustaka 1, 2 & 3

<MK3022> Manajemen Kekayaan Intelektual

Kode Matakuliah: MK3022	Bobot sks: 3	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab: People and Knowledge Management	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Manajemen Kekayaan Intelektual			
	Intellectual Property Manajemen			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini berkaitan dengan manajemen kekayaan intelektual sebagai alat serta memanfaatkan manajer memiliki lebih dari sumber daya tidak berwujud perusahaan. The course deals with intellectual property management as tools as well as leverages managers have over intangible resources of the firm.			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini berkaitan dengan manajemen kekayaan intelektual sebagai alat serta memanfaatkan manajer memiliki lebih dari sumber daya tidak berwujud perusahaan. Bagaimana perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif melalui pengelolaan hasil R & D akan dijelaskan pada mata kuliah ini. Kuliah ini juga menjelaskan mengenai bentuk-bentuk dari kekayaan intelektual seperti hak cipta, paten, merek dagang, dan hak database, bagaimana hubungannya dengan perusahaan, dan bagaimana mengatur kekayaan intelektual sehingga bisa menjadi keunggulan kompetitif perusahaan. The course deals with intellectual property management as tools as well as leverages managers have over intangible resources of the firm. How companies are able to gain and retain a competitive advantage through the management of R&D's results is explained. This course also describes the forms of intellectual property such as copyrights, patents, trademarks, and database rights, what to do with the company, and how to manage intellectual property so that it can be a company's competitive advantages.			
Luaran (Outcomes)	Setelah kuliah ini mahasiswa diharapkan untuk: 1. Memahami teori-teori yang berkaitan dengan kekayaan intelektual 2. Mampu menganalisa kondisi kekayaan intelektual perusahaan 3. Merekomendasikan solusi untuk masalah yang berkaitan dengan kekayaan intelektual 4. Mampu memanfaatkan kekayaan intelektual sehingga menjadi keunggulan kompetitif perusahaan			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	Tugas individu, tugas kelompok, presentasi.			
Pustaka	Spence, M., 1962, & Oxford University Press. (2007). Intellectual property. Oxford: Oxford University Press. (Pustaka Utama) Rickatson, S., Richardson, M., & Davison, M. J. (2009). Intellectual property: Cases, materials and commentary. Chatswood, N.S.W: LexisNexis Butterworths.			
Panduan Penilaian	Tugas Individu = 15% Tugas kelompok + Peer Review = 15% Ujian Tengah Semester = 35% Ujian akhir semester = 35%			
Catatan Tambahan	-			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	- Tujuan perkuliahan - Agenda perkuliahan - Rencana perkuliahan - Sistem penilaian	Memahami garis besar perkuliahan	
2	Konsep dan teori kekayaan intelektual	Hak cipta, paten, merek dagang, dan hak database	Memahami apa yang dimaksud dengan hak cipta, paten, merek dagang, dan hak database	Spence (2007) Chap 1
3	Konsep dan teori kekayaan intelektual	Hubungan antara hukum kekayaan intelektual dan hukum yang disebut 'persaingan tidak sehat'	Memahami apa yang dimaksud dengan hukum kekayaan intelektual dan hukum 'persaingan tidak sehat' Memahami hubungan antara hukum kekayaan intelektual dan hukum 'persaingan tidak sehat'	Spence (2007) Chap 1

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB **Kur2013-{KB}** **Halaman 145 dari 156**

Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB
Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB.
Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.

4	Pembenaran Kekayaan Intelektual	beberapa pembenaran untuk hak kekayaan intelektual	Memahami isu-isu yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual	Spence (2007) Chap 2
5	Pembenaran Kekayaan Intelektual	Hubungan antara pembenaran hak kekayaan intelektual dan hukum kekayaan intelektual	Memahami dan mampu menganalisis hubungan antara pembenaran hak kekayaan intelektual dan hukum kekayaan intelektual	Spence (2007) Chap 2
6	Perlindungan Aset Kreatif	Aset tak berwujud dalam industri kreatif	Memahami apa yang dimaksud dengan aset tak berwujud Memahami konsep-konsep industry kreatif	Spence (2007) Chap 3
7	Perlindungan Aset Kreatif	Hak cipta dalam industri kreatif	Memahami aspek pentingnya hak cipta dalam industry kreatif	Spence (2007) Chap 3
8	Ujian tengah semester			
9	Hak cipta dalam perusahaan		Memahami dan mampu menganalisis masalah-masalah yang berkaitan dengan hak cipta dalam perusahaan	Guest Lecturer
10	Perlindungan Aset Pemasaran	konsep merek dan perubahan fungsi merek	Memahami apa yang dimaksud dengan merek Memahami konsep merek sebagai produk	Spence (2007) Chap 4
11	Perlindungan Aset Pemasaran	perlindungan aset pemasaran melalui penyediaan merek dagang terdaftar	Memahami bagaimana kaitan antara perlindungan aset pemasaran dan penyediaan merek dagang terdaftar	Spence (2007) Chap 4
12	Perlindungan Aset Informasi	Kriteria untuk menyukseskan aksi untuk melindungi informasi rahasia	Memahami konsep informasi sebagai aset Memahami dan mampu menganalisis kriteria yang diperlukan dalam perlindungan aset informasi	Spence (2007) Chap 5
13	Perlindungan Aset Informasi	Hak database	Memahami bagaimana konsep hak database di dalam perusahaan	Spence (2007) Chap 5
14	Aset Pemasaran dan Informasi dalam perusahaan		Mampu menganalisis dan merancang aset pemasaran dan informasi dalam perusahaan sehingga bisa menjadi keunggulan kompetitif perusahaan	Guest Lecturer
15	Persiapan untuk ujian akhir	Mengulang ringkasan dari materi-materi yang sudah diberikan	Mampu menyiapkan diri untuk menghadapi ujian akhir semester	Spence (2007)
16	Ujian akhir semester			
16	FINAL EXAM			

<MK3023> Manajemen dan Pengendalian Kualitas

Kode Matakuliah: MK3023	Bobot sks: 3	Semester: Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: OPM	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Manajemen dan Pengendalian Kualitas			
	Quality Control and Management			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan, skill dan sikap tentang konsep, tools, dan bagaimana mengimplementasikan manajemen kualitas sebagai salah satu strategi mencapai keunggulan kompetitif. <i>This course provides students with knowledge, skill, and attitude towards concept, tools and how to implement quality management as one of strategy to achieve competitive advantage.</i>			
Silabus Lengkap	Mata kuliah ini berisi 3 bagian: (i) berbagai perspektif tentang kualitas (ii) beberapa pendekatan sistem manajemen kualitas seperti ISO 9000, TQM, MBNQA dan Six igma , dan (iii) berbagai tools yang dapat digunakan untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan dengan pendekatan DMAIC . Bagian I dan II lebih menekankan pada pengetahuan, sedangkan bagian III memberikan skill bagaimana menggunakan berbagai tools untuk perbaikan. Sedangkan cara pikir dan tindak tentang pendekatan berbasis proses disampaikan sepanjang semester. Diharapkan setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat memahami cara pandang organisasi tentang kualitas dan menerapkan sistem manajemen kualitas secara kontekstual. <i>This course consists of three parts: (i) different perspectives on quality (ii) several approaches of quality management systems such as ISO 9000, TQM, MBNQA and Six igma, and (iii) a variety of tools that can be used for continuous improvement according to DMAIC approach. Parts I and II emphasis more on knowledge, while section III provides student with skill how to use different tools for improvement. In addition, how to think and act according to a process-based approach will be delivered throughout the semester. It is expected that after completing this course students are able to understand the perspective of organization on the quality and to implement quality management systems contextually.</i>			
Luaran (Outcomes)	a) Keterampilan 1. Memiliki kemampuan untuk menganalisa, merancang, dan menerapkan konsep dan tools dalam manajemen kualitas 2. Memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan konteks permasalahan bisnis b) Pengetahuan 1. Memiliki pemahaman konsep-konsep manajemen kualitas 2. Memiliki pemahaman mengenai sistem manajemen kualitas c) Sikap Memiliki komitmen yang kuat terhadap kinerja individu maupun tim khususnya dalam penerapan sistem manajemen kualitas			
Matakuliah Terkait	TOM		Prasyarat	
	Statistika		Prasyarat	
Kegiatan Penunjang	Kunjungan perusahaan/lapangan dan dosen tamu			
Pustaka	Montgomery, D.C., Introduction to Statistical Quality Control, 6th Ed., John Wiley & sons (2009) [Pustaka Utama]			
	Pyzdek, T., The Six Sigma Handbook, McGraw-Hill, (2003) [Pustaka Utama]			
Panduan Penilaian	Group Project 25% Team grade by facilitator Participation 25% Individual grade by facilitator Midterm exam 25% Individual grade by facilitator Final exam 25% Individual grade by facilitator			
Catatan Tambahan				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Class Management Quality definition, Quality history	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Quality based on TQM, Garvin, Taguchi, Six Sigma</i> • <i>Quality History</i> • <i>Quality Gurus</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman konsep-konsep kualitas dan manajemen kualitas	Ref 1 Ch. 1
2	Quality Movement	<ul style="list-style-type: none"> • <i>TQM</i> • <i>ISO 9000</i> • <i>MBNQA</i> • <i>6Sigma</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai berbagai sistem manajemen kualitas Sikap: Memiliki sifat inisiatif dan inovatif, memiliki pandangan yang terbuka	Ref 1 Ch 2
3	Group Presentation1: Quality in practice	<i>Quality Practice</i>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai berbagai sistem manajemen kualitas secara praktis Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk membedakan sistem manajemen kualitas secara praktis Sikap: Memiliki sifat inisiatif dan inovatif, memiliki pandangan yang terbuka	Ref 1 Ch. 1 Ref 1 Ch. 2
4	Voice of Process vs Voice of Customer	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Source of variation</i> • <i>3sigma standard</i> • <i>Control Chart</i> • <i>Process Capability</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai control chart Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk membedakan VOC dan VOP Sikap: Memiliki komitmen yang kuat terhadap kinerja individu maupun tim khususnya dalam penerapan sistem manajemen kualitas	Ref 1 Ch 5 Ref 2 Ch 2,3
5	DEFINE	<ul style="list-style-type: none"> • <i>QFD: House of Quality</i> • <i>Process mapping</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai QFD Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan HOQ dan process mapping Sikap: Memiliki cara pikir bahwa organisasi ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	Ref 2 Ch 7,8
6	MEASURE	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Quality characteristic</i> • <i>Data collection</i> • <i>Measurement System Analysis</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman bahwa setiap proses harus dapat diukur kinerjanya Keterampilan: Memiliki kemampuan menentukan KPI yang tepat untuk setiap proses; dapat menggunakan MSA Sikap: Memiliki cara pikir bahwa proses harus berdasarkan data	Ref 2 Ch 9,10
7	Guest Lecture 1: Quality Movement	Quality Movement	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai berbagai Quality Movement secara praktis Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk membedakan Quality Movement secara praktis Sikap: Memiliki sifat inisiatif dan inovatif, memiliki pandangan yang terbuka	Ref 1 Ch 2
8	Mid Test			
9	ANALYSIS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Root cause analysis</i> • <i>Fishbone diagram and Current Reality Tree</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman bahwa setiap proses perbaikan dilandasi analisis data yang relevan Keterampilan: Memiliki kemampuan menggunakan RCA: fishbone dan CRT Sikap: Memiliki cara pikir untuk selalu menganalisis setiap data	Ref 2 Ch 14
10	IMPROVE	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Generating alternatives</i> • <i>Decision tree analysis</i> 	Pengetahuan: Memiliki pemahaman bahwa setiap solusi sebaiknya berasal dari pemilihan berbagai alternatif Keterampilan: Memiliki kemampuan menggunakan Decision tree analysis Sikap: Memiliki cara pikir untuk selalu mencari yang terbaik dari alternatif yang ada	Ref 2 Ch 11

11	CONTROL	<ul style="list-style-type: none"> • <i>SPC</i> • <i>Various Control chart</i> 	<p>Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep SPC</p> <p>Keterampilan: Memiliki kemampuan mengenali penggunaan berbagai macam jenis control chart</p> <p>Sikap: Memiliki cara pikir untuk mendeteksi masalah ketimbang memperbaiki masalah</p>	<p>Ref 1 Ch 6,7</p> <p>Ref 2 Ch 12</p>
12	Acceptance Sampling	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concepts</i> • <i>Techniques</i> 	<p>Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep Acceptance sampling</p>	<p>Ref 1 Ch 15</p>
13	Design of Experiment	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concepts</i> • <i>Factorial experiments</i> • <i>2k factorial design</i> 	<p>Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep design of experiment</p>	<p>Ref 1 Ch 13</p> <p>Ref 2 Ch 17</p>
14	Group Presentation2: Quality Improvement Project	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Generating alternatives</i> • <i>Decision tree analysis</i> 	<p>Pengetahuan: Memiliki pemahaman bahwa setiap solusi sebaiknya berasal dari pemilihan berbagai alternatif</p> <p>Keterampilan: Memiliki kemampuan menggunakan Decision tree analysis secara praktis</p> <p>Sikap: Memiliki cara pikir untuk selalu mencari yang terbaik dari alternatif yang ada secara praktis</p>	<p>Ref 2 Ch 11</p>
15	Guest Lecture 2: Quality in practice	Quality Improvement and Control In Practice	<p>Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai berbagai Quality Improvement secara praktis</p> <p>Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk membedakan Quality Improvement secara praktis</p> <p>Sikap: Memiliki sifat inisiatif dan inovatif, memiliki pandangan yang terbuka</p>	<p>Ref 2 Ch 11</p> <p>Ref 1 Ch 6,7</p>
16	Final Test			

<MK3024> Manajemen dan Pengembangan Merek

<i>Kode Matakuliah:</i> MK3024	<i>Bobot sks:</i> 3	<i>Semester:7 atau</i> 8	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> Strategi Bisnis dan Pemasaran	<i>Sifa:</i> <i>Pilihan</i>
<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen dan Pengembangan Merek Brand Development and Management			
<i>Silabus Ringkas</i>	<p>Merek adalah assest strategis untuk perusahaan. Merek memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan memanfaatkan perusahaan dan posisi di pasar. Pelanggan setia unite di sekitar merek dan menciptakan kekuatan untuk melindungi perusahaan dan merek dari kompetisi keras. Oleh karena itu, manajemen merek menjadi sangat penting dalam perusahaan. Banyak perusahaan gagal untuk mengembangkan bisnis mereka karena salah memanaje merek. Merek manajemen kegiatan termasuk pilihan elemen merek, tahap formulasi strategi merek, pengembangan merek, merek pengukuran dan audit, dan komunikasi merek. Mereka adalah kegiatan yang saling berhubungan. Ketidak konsistenan pada umumnya akan menyebabkan kegagalan dan keberhasilan akan membawa keuntungan yang signifikan bagi perusahaan.</p>			
	<p>Brand is a strategic assest for companies. It has a power to influence consumers decision making and leverage companies' position in the market. Loyal customers unite around a brand and create powers to protect companies and brand from harsh competition. Therefore, brand management becomes very important in companies. Many companies failed to grow their business because of brand mismanagement. The brand management activity includes brand element selection, brand strategy formulation, brand development, brand measurement and audit, and brand communication. Those are interrelated activities. Incosistency will generally lead to failure and success will bring significant advantages for companies.</p>			
<i>Silabus Lengkap</i>	<p>Konsep dasar adalah tentang merek itu sendiri. Banyak orang tidak benar-benar menyadari apa sebenarnya merek.Manajemen strategis merek adalah yang kedua untuk memperkenalkan yang akan memberikan kerangka berpikir untuk merek manajemen. Brand equity adalah sebuah konsep yang sangat dasar di semua merek manajemen kuliah. Ini didefinisikan sebagai kekuatan dan nilai merek. Banyak definisi formal ekuitas merek akan diperkenalkan, tetapi yang praktis akan lebih dipilih. Saya akan menyebutkan pentingnya ekuitas merek dan keberadaannya dalam praktek. Siswa akan menguraikan pengalaman mereka untuk mengidentifikasi keadaan-keadaan tertentu di mana ekuitas merek memainkan peran. Merek audit dan penelitian adalah hal yang berikutnya untuk dipelajari. Menggunakan merek audit dan penelitian, orang akan mampu menilai potensi merek dan bagaimana melakukannya dalam pasar dalam kaitannya dengan posisi. Brand positioning benar-benar penting. Posisi yang benar adalah langkah dasar untuk kesuksesan merek itu sendiri. Komunikasi pemasaran adalah alat untuk menumbuhkan merek. Beberapa pertimbangan desain komunikasi pemasaran akan dibahas di kelas. Konsep-konsep dan teori membutuhkan beberapa praktek dan peningkatan. Berkaitan dengan peningkatan teori, saya akan memperkenalkan beberapa strategi di muka seperti dukungan merek, merek ekstensi, penggabungan merek, merek portofolio strategi dan global branding. Untuk membangun keterampilan praktis, siswa akan melakukan proyek manajemen merek dalam kelompok. Proyek akan disimpan dalam format video.</p>			
	<p>The basic concept is about the brand itself. Many people are not really aware of what is brand actually.Strategic brand management is the second to introduce as it will provide a framework of thinking for brand management. Brand equity is a very basic concept in all brand management lecture. It is defined as the strength and value of a brand. Many formal definitions of brand equity will be introduced, but a practical one will be selected. I will mention the importance of brand equity and its existence in practice. Students will elaborate their experience to identify specific circumstances where brand equity plays roles. Brand audit and research are the next thing to study. Using brand audit and research, people will be able to assess the potential of a brand and how it performs in the market in relation to its positioning. Brand positioning is really important. Correct positioning is the fundamental step for brand success. Marketing communication is a tool to grow brand. Some considerations of marketing communication design will be discussed in the class. The</p>			
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB		Kur2013-{KB}		Halaman 150 dari 156
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [NamaProdi] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>				

	concepts and theories require some practice and enhancement. With regard to theory enhancement, I will introduce some advance strategy such as brand endorsement, brand extension, co-branding, brand portfolio strategy and global branding. As for building practical skills, students will do brand management project in a group. The project will be recorded in video format.	
<i>Luaran (Outcomes)</i>	It is expected that students are able to analyze brand performance in market and determine effective brand positioning and strategy to build brand equity. Affectively, I wish that students are able to further develop their teamwork and communication skills, creativity and innovation in problem solving and has self-interest in observing and studying brand in their daily practice.	
<i>Matakuliah Terkait</i>	Tidak ada	
<i>Kegiatan Penunjang</i>	Proyek mahasiswa	
<i>Pustaka</i>	Kevin L. Keller, 2008, Strategic Brand Management, 3rd Edition, Prentice Hall.	
<i>Panduan Penilaian</i>	Quiz	15%
	Group assignment	20%
	Mid Test 1	15%
	Mid Test 2	15%
	Video case project	35%
	TOTAL	100 %
<i>Catatan Tambahan</i>		

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengenalan terhadap merk dan manajemen strategis merk	Kasus: Franz Collection, Inc.: the road from subcontracting to brand marketing	Mahasiswa memahami cakupan mata kuliah dengan presentasi kasus	KLK, Ch. 1 and Ch. 2
2	Manajemen Strategis Merk	Why do Brands Matter? The Brand Equity Concept	Mahasiswa memahami kerangka kerja dalam pengelolaan merk secara strategis	
3	Brand Equity	Konsep Brand Equity Customer Based-Brand Equity	Mahasiswa memahami konsep Brand Equity dan Customer Based-Brand Equity	KLK, Ch. 2
4	Brand Positioning	Brand audit	Mahasiswa memahami bagaimana sebuah merk diposisikan terhadap merk kompetitor	KLK, Ch3
5	Brand positioning	Identifikasi positioning merk Membangun positioning merk	Mahasiswa memahami bagaimana membangun positioning merk	KLK Ch3
6	Brand research	Identifikasi positioning merk Membangun positioning merk	Mahasiswa memahami bagaimana membangun positioning merk	
7	Brand research	Identifikasi positioning merk Membangun positioning merk	Mahasiswa memahami bagaimana membangun positioning merk	
8	UTS			
9	Proses manajemen merk	Merencanakan program pemasaran merk	Mahasiswa mampu menterjemahkan positioning merk ke dalam satu strategi pemasaran	KLK, Ch. 3

10	Proses manajemen merk	Merencanakan program komunikasi merk	Mahasiswa mampu merencanakan komunikasi merk melalui berbagai media	KLK Ch6
11	Dosen tamu			
12	Manajemen merk	Menjaga konsistensi merk Menjaga Brand Equity Brand leverage Penyempumaan program pemasaran	Mahasiswa memahami metode dan strategi yang diperlukan untuk mengelola merk dalam jangka panjang	KLK Ch 13
13	Manajemen merk	Brand revitalisasi – Meningkatkan brand awareness, memperbaiki brand image	Mahasiswa memahami metode dan strategi yang diperlukan untuk mengelola merk dalam jangka panjang	KLK Ch13
14	Video case project			
15	Video case project			
16	UAS			

<MK3025> Analisis dan Pengambilan Keputusan

Kode Matakuliah: MK3025	Bobot sks: 2 SKS	Semester: Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Decision Making and Strategic Negotiation	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Analisis dan Pengambilan Keputusan			
	Decision Making and Analysis			
Silabus Ringkas	Mata kuliah ini memberikan mahasiswa pemahaman mengenai efek dari kualitas keputusan terhadap masa depan perusahaan yang tengah dirintis			
	This course provides insight about the importance of his decision toward a start-up company			
Silabus Lengkap	Kewirausahaan terkait dengan pilihan, prioritas, dan yang terpenting adalah efek dari kualitas keputusan yang diambil terhadap kualitas dari perusahaan yang tengah dirintis. Dengan mengambil keputusan yang tepat, seorang wirausahawan mampu membawa perusahaannya menuju kesuksesan, dan tentu saja meningkatkan kepercayaan dirinya untuk mengambil keputusan			
	Entrepreneurship is about choices, priorities, and one of the biggest ways that an entrepreneur can influence quality of his start-up company by improving the quality of his decision. By taking the right decision, an entrepreneur can navigate his company to be more successful, and of course lead to higher self confidence in taking action.			
Luaran (Outcomes)	After following this course, students are expected to have: 5. Ability to define problem 6. Ability to clarify his objective 7. Ability to create better alternative and analyze the consequence of each alternative toward objective 8. Ability to make tough compromise 9. Ability to deal with uncertainty and assess risk appetite			
Matakuliah Terkait	-			
Kegiatan Penunjang	Latihan dan Pembahasan Kasus			
Pustaka	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., <i>Smart Choices</i> , Broadway Books, 1999 (Pustaka Utama)			
	Goodwin, P., Wright, G., <i>Decision Analysis for Management Judgement</i> , John Wiley and Sons, 2004			
Panduan Penilaian	A student's performance in this course will be evaluated through this way: 4. Quantity and Quality participation in class discussion. 5. Presentation, include the quality of substantial of paper and the presentation. 6. The quality answer of Quiz.			
Catatan Tambahan				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Making Smart Choices	<ul style="list-style-type: none"> Making decision is a fundamental life skill We can learn to make better decision Use the PROACT approach to make smart choices Eight keys to effective decision making Start making your own smart choices now 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., <i>Smart Choices</i>
2	Problem	<ul style="list-style-type: none"> Be creative about problem definition Turn problems into opportunity Define decision problem Reexamine our problem definition as we go Maintain our perspective Lesson from the application 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., <i>Smart Choices</i>
3	Objectives	<ul style="list-style-type: none"> Let your objectives guide Watch out for these pitfalls Master the art of identifying objectives Practical advice for nailing down our objectives 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., <i>Smart Choices</i>

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
4	Alternatives	<ul style="list-style-type: none"> • Don't box ourselves in with limited alternatives • Keys to generating better alternatives • Tailor our alternatives to our problem • Know when to quit looking 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
5	Consequences	<ul style="list-style-type: none"> • Describe consequences with appropriate accuracy, completeness, and precision • Build a consequences table • Compare alternatives using a consequences table • Master the art of describing consequences 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
6	Tradeoffs	<ul style="list-style-type: none"> • Find and eliminate dominated alternatives • Make tradeoffs using even swaps • Essence of even swap method • Application of even swap method • Simplify a complex decision with even swaps • Practical advice for making even swaps 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
7	Uncertainty	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguish smart choices from good consequences • Use risk profiles to simplify decisions involving uncertainty • How to construct a risk profile • Picture Risk Profiles with decision trees 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
8	<i>MidTerm</i>			
9	Practicing Software	<ul style="list-style-type: none"> • Treeplan • Sensit 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
10	Risk Tolerance	<ul style="list-style-type: none"> • Understand our willingness to take risks • Incorporate our risk tolerance into our decision • Quantify risk tolerance with desirability scoring • Use desirability scoring to make a tough decision • Desirability curve-a scoring shortcut • Watch out for these pitfalls • Open up new opportunities by managing risk 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
11	Linked Decision	<ul style="list-style-type: none"> • Linked decisions are complex • Make smart linked decisions by planning ahead • Six steps to analyze linked decision • Keep our options open with flexible plans • Maintain our perspective 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices
12	Psychological Traps	<ul style="list-style-type: none"> • Overrelying on first thoughts-anchoring trap • Keeping on keeping on-status quo trap • Protecting earlier choices- 	Kuliah, Diskusi Kelas, Case	Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
		<ul style="list-style-type: none"> <i>sunk cost trap</i> • <i>Seeing what you want to see-confirming evidence trap</i> • <i>Posing the wrong question-framing trap</i> • <i>Being too sure of ourselves-overconfidence trap</i> • <i>Focusing on dramatic events-recallability trap</i> • <i>Neglecting relevant information-base rate trap</i> • <i>Slanting probabilities and estimates-prudence trap</i> • <i>Seeing patterns where none exist-outguessing randomness trap</i> • <i>Going mystical about coincidences-surprised by surprises trap</i> • <i>Forewarned is forearmed</i> 		
13	<i>Wise Decision Maker</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Get started</i> • <i>Concentrate on what is important</i> • <i>Develop a plan of attack</i> • <i>Chip away at complexity</i> • <i>Get unstuck</i> • <i>Know when to quit</i> • <i>Use advisors wisely</i> • <i>Establish basic decision making principle</i> • <i>Tune-up decision making style</i> • <i>Take charge of our decision making</i> • <i>What is in it for you</i> 	<i>Kuliah, Diskusi Kelas, Case</i>	<i>Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H., Smart Choices</i>
14	<i>More Decision Making Tools</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recognition Heuristic</i> • <i>Minimalist Strategy</i> • <i>Take the Last</i> • <i>Lexicographic</i> • <i>Semi-Lexicographic</i> • <i>Elimination By Aspect</i> • <i>Sequential Decision Making</i> • <i>Reason-based Choice</i> 	<i>Kuliah, Diskusi Kelas, Case</i>	<i>Goodwin, P., Wright, G., Decision Analysis for Management Judgement</i>
15	<i>Multicriteria Decision Making</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Analytical Hierarchy Process</i> 	<i>Kuliah, Diskusi Kelas, Case</i>	<i>Goodwin, P., Wright, G., Decision Analysis for Management Judgement</i>
16	<i>Final Test</i>			

