

**Dokumen Kurikulum 2013-2018**  
**Program Studi : Magister Administrasi Bisnis**

**Lampiran I**

**Sekolah Bisnis dan Manajemen**  
**Institut Teknologi Bandung**

	<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan</b>	<b>Kode Dokumen</b>		<b>Total Halaman</b>
		<b>Kur2013-S2-MAB</b>		[92]
	<b>Institut Teknologi Bandung</b>	<b>Versi</b>	[4]	10 September 2013

**KURIKULUM ITB 2013-2018– PROGRAM MAGISTER**  
**Program Studi S2 Magister Administrasi Bisnis Reguler/Executive**  
**Sekolah Bisnis dan Manajemen**

**1. Matakuliah Wajib**

<MM5001> Etika Bisnis, Hukum B isnis dan Keberlanjutan

<b>KodeMatakuliah:</b> MM5001	<b>Bobot:</b> 3	<b>Semester:</b> II	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> PKM	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>NamaMatakuliah</b>	Etika Bisnis, Hukum B isnis dan Keberlanjutan			
	Business Ethics, Law & Sustainability			
<b>SilabusRingkas</b>	Kuliah ini memberikan pengertian akan hukum dan etika bisnis pada masa sekarang dalam era globalisasi			
	This course gives understanding about business law and ethic in the recently around globalisation			
<b>SilabusLengkap</b>	<p>Padamasa kini tingkahlaku yang beretika menjadial yang sejalandengan hukum di dalam manajemen bisnis, khususnya setelah banyak terjadi pelanggaran-pelanggaran oleh korporat internasional dalam masalah etika. Kuliah ini didisain agar mahasiswa memperhatikan terhadap pentingnya integritas dalam lingkungan bisnis. Transparansi dan pertanggung jawaban menjadi semakin penting diperhatikan dan menjadi bagian dari bisnis untuk mendapatkan kontrak hukum dan social, seperti ijin berbisnis</p> <p>The importance of ethical behavior and compliance with law in business management is widely recognized these days, especially after the recent international corporate failings and debacles as result of ethical misbehavior and non-compliance. This course is designed to make students aware of the importance of compliance and integrity in a wider business environment. Transparency and accountability is becoming more and more a necessity in order to earn a “social &amp; legal contract”, i.e. permission to be in business.</p>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan mahasiswa bekal pengertian tentang etika dan hukum yang muncul dalam perkembangan bisnis.</li> <li>Mahasiswa dapat merespon tantangan ini dengan meningkatkan tingkahlakunya akan memberikan keuntungan dalam karir mereka dan sukses dalam berbisnis.</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>				
<b>Kegiatan Penunjang</b>				
<b>Pustaka</b>	<p>August, Ray. <i>International Business Law: Text, Cases, and Readings</i>. Pearson Education Inc., New Jersey. 2004.</p> <p>Denison, Daniel R.. <i>Corporate Culture and Organizational Effectiveness</i></p> <p>Henry R. Cheeseman <i>Business Law</i>, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc Upper Saddle River, New Jersey, Copyright 2001</p> <p>Rudito, Bambang and Melia Famiola. <i>Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia</i>, Bandung: Rekyasa Sain, 2007</p> <p>Rudito, Bambang <i>Audit Sosial</i>, Bandung: Rekyasa Sain, 2007</p> <p>Rudito, Bambang <i>Membangun Orientasi Nilai Budaya Perusahaan</i>, Bandung: Rekyasa Sain, 2009</p> <p>Steiner, George A and John F Steiner, <i>Business, Government, and Society</i>, Boston: McGraw-Hill, 2006</p> <p>Weiss, Joseph W. <i>Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach</i>. Thompson South-Western. 2006</p>			
<b>Panduan Penilaian</b>	Pre-Assignment, Participation, Mid-term Examination, Final Examination			
<b>Catatan Tambahan</b>				

<MM5002> Akuntansi

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5006	<b>Bobot sks:</b> 2 SKS	<b>Semester:</b> Ganjil dan Genap	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Akuntansi			
	Accounting			
<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah ini menguraikan standard akuntansi yang berlaku guna menghasilkan laporan keuangan yang memenuhi syarat untuk fair presentation <i>The class discussions therein will focus on generally accepted accounting standards to arrive at a set of financial statements that are fairly presented</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Akuntansi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana perusahaan mentranslasikan transaksi keuangan perusahaan sehingga dapat menggambarkan kondisi keuangan perusahaan. Ilmu Akuntansi telah berkembang dari waktu ke waktu sehingga mengharuskan standar penyajian akuntansi setiap Negara sama dengan atau diharmonisasi dengan International Financial Reporting Standards (IFRS). Kuliah ini akan membahas topik-topik baik yang berkaitan dengan akuntansi keuangan dan akuntansi biaya yang ditujukan bagi pihak-pihak eksternal perusahaan dan juga digunakan oleh manajemen sebagai dasar informasi dalam mengambil keputusan. <i>Accounting is the means by which a firm's transactions are narrated to the reader; the end result which conveys the company's financial condition. Accounting has also evolved in a new and exciting direction in which the accounting standards of individual countries are at present being harmonized with International Financial Reporting Standards (IFRS). This coursework encompasses both financial and cost accounting; with the former addressed to the external user, and the latter utilized by management for decision making purposes.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa mampu mempelajari standar- standar spesifik dalam akuntansi dan juga mempelajari kasus-kasus akuntansi yang terjadi di dunia nyata			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkuliahan dalam kelas</li> <li>• Kasus bisnis</li> </ul>			
<b>Pustaka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cost Accounting, a Managerial Emphasis, 13th edition - Horngren, Datar, Foster, Rajan, and Ittner, 2009, Pearson Education, Inc.</li> <li>2. Intermediate Accounting, IFRS edition, Volumes 1 and 2, Kieso, Weygandt and Warfield, 2011, John Wiley &amp; Sons, Inc.</li> </ol>			
<b>Panduan Penilaian</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ujian Tengah Semester (35%)</li> <li>2. Ujian Akhir Semester (35%)</li> <li>3. Partisipasi (5%)</li> <li>4. Presentasi kelompok (15%)</li> <li>5. Penilaian sesama (10%)</li> </ol>			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Accounting standards, framework, and information system	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Journal entries</li> <li>• Why You Need to Learn Accounting, emievil</li> <li>• The Odd Couple, Vittachi</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
2	The Income Statement, and Revenue Recognition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revenue recognition</li> <li>• Satyam Computer Services</li> <li>• Goodner Brothers, Inc.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
3	The Statement of Financial Position, and the Statement of Cash Flows	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat laporan arus kas</li> <li>• PolyMedica Corporation</li> <li>• Regina Company Inc.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
4	Inventories	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perpetual method</li> <li>• Star Technologies Inc.</li> <li>• Homestore Inc.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
5	Property, Plant and Equipment, and Intangible Assets	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Depreciation expense</li> <li>• Mattel Inc</li> <li>• Microsoft Corporation</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
6	Ujian Tengah Semester			
7	Current Liabilities, Provisions and Contingencies	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liabilities due within one year</li> <li>• Live Entertainment</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di	Textbook and case-studies

		Canada Inc.	kolom subtopik	
8	Equity, Dilutive Securities, and Earnings Per Share	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stock dividend versus cash dividend</li> <li>• America Online Inc.</li> <li>• WorldCom Inc.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
9	Investments, and Accounting for Leases	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital lease versus operating lease</li> <li>• Kmart</li> <li>• Dell Inc.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
10	Presentation and Disclosure in Financial Reporting	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financial statements in good form</li> <li>• The Enron Collapse</li> <li>• Olympus Corp.</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
11	Cost-Volume-Profit Analysis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Break even point</li> <li>• Hewlett-Packard Co</li> </ul>	Mengenal topik pembahasan yang tertera di topik, dan menjalankan presentasi atas topik yang tertera di kolom subtopik	Textbook and case-studies
12	Ujian Akhir Semester			

### <MM5003> Manajemen Pemasaran

<i>Kode Matakuliah:</i>	<i>Bobot sks:</i>	<i>Semester:</i>	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> Strategi Bisnis dan Pemasaran	<i>Sifat:</i> Wajib
<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen Pemasaran			
	Marketing Management			
<i>Silabus Ringkas</i>	Matakuliah manajemen pemasaran dirancang untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai seluruh aspek pemasaran yang menjadi dasar pemasar profesional.			
	The course was designed to provide knowledge on all aspects of marketing which are the basis of a professional marketer.			
<i>Silabus Lengkap</i>	Matakuliah Manajemen Pemasaran membekali mahasiswa dengan metode-metode yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berpengaruh pada aktivitas pemasaran. Matakuliah ini juga ditujukan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk melakukan analisis masalah pemasaran secara sistematis yang akhirnya akan mempengaruhi ruang lingkup dan arah aktivitas pemasaran yang dilakukannya			
	Marketing management covers methods available to obtain informations that may affect marketing activities of a company. This course also intended provides the experience of conducting a systematic analysis which in the end will affect the scope and the direction of the entire marketing activities.			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami proses dan mampu mendefinisikan masalah-masalah dalam analisis manajemen pemasaran, perencanaan, implementasi dan pengendalian sehubungan dengan fungsi pengambilan keputusan pemasaran strategis.</li> <li>2. Memiliki keahlian dalam melakukan analisis masalah secara sistematis dan mampu menterjemahkan masalah manajemen yang berhubungan dengan masalah pemasaran. Selanjutnya, mahasiswa diharapkan mampu memberikan solusi pemasaran strategis sebagai salah satu fungsi strategis di perusahaan.</li> <li>3. Memperoleh pengalaman proses-proses pemasaran secara "langsung", diawali dengan formulasi masalah hingga ke desain dan analisis.</li> <li>4. Memperoleh seluruh aspek pemasaran yang menjadi dasar pemasar profesional</li> </ol>			
<i>Matakuliah Terkait</i>	Tidak ada		Tidak ada	
	None		None	
<i>Kegiatan Penunjang</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Case Analysis and Presentation (1 paper),</li> <li>2. Comprehensive Product Analysis and Presentation (1 paper)</li> <li>3. Short Product Analysis and Presentation (4 Papers)</li> </ol>			
<i>Pustaka</i>	Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan (KKALT), <i>Marketing Management: An Asian Perspective, 4<sup>th</sup> Edition</i> by Prentice Hall, 2009. (Pustaka Utama)			
	Syariah Marketing, Kartajaya and Sula Mizan, Bandung, 2009. (Pustaka Pendukung)			
	Marketing Bahlul, Syakir Sula, Jakarta: Rajagrafindo, 2010. (Pustaka Pendukung)			
	E. Jerome McCarthy, Joseph P. Cannon, William D. Perreault (JM), <i>Basic Marketing</i> , McGraw-Hill College, 2009. (Pustaka Pendukung)			
	Rajiv Lal, John Quelch, <i>Marketing Management: Text and Cases</i> , McGraw-Hill, 2006), (Pustaka Pendukung)			
Readings and Cases from HBS, Stanford, Wharton, Kellogg, The University of Hongkong (CABC), HBR and Sloan. (Pustaka Pendukung)				

<i>Panduan Penilaian</i>	Activity in Class Discussion & Quiz	Individual	20%
	Short Product Analysis	Group	20%
	Project Assignment & Presentation	Group	20%
	Mid Test	Individual	20%
	Final Test	Individual	20%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>
<i>Catatan Tambahan</i>			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengenalan manajemen pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi pemasaran</li> <li>Menjaga hubungan dengan pelanggan</li> </ul>	Mahasiswa memahami definisi pemasaran dan bagaimana membangun kepuasan pelanggan	KKALT Bab 1 dan Bab 3
2	Pengumpulan informasi dan pengukuran market demand	<ul style="list-style-type: none"> <li>Komponen system pemasaran informasi modern</li> <li>Sistem kearsipan internal</li> <li>The marketing intelligent system</li> <li>Sistem riset pasar</li> <li>Sistem pendukung keputusan pemasaran</li> <li>Forecasting dan pengukuran demand</li> </ul>	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> <li>komponen pemasaran informasi modern</li> <li>cara memanfaatkan sistem kearsipan internal</li> <li>Cara kerja The marketing intelligent system</li> <li>Cara melakukan riset pasar yang efektif</li> <li>Sistem pendukung keputusan pemasaran</li> <li>Cara melakukan forecasting dan pengukuran demand</li> </ul>	KKALT Bab 5
3	Pemindaian lingkungan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisa kebutuhan dan trend dalam lingkungan makro</li> <li>Identifikasi dan respon terhadap kekuatan lingkungan makro utama</li> </ul>	Mahasiswa mampu melakukan analisa kebutuhan dan trend dalam lingkungan makro serta mampu mengidentifikasi dan merespon kekuatan lingkungan makro utama yang berpengaruh pada aktivitas pemasaran perusahaan	KKALT Bab 6
4	Analisa Pasar Konsumer dan perilaku pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian</li> <li>Proses keputusan pembelian</li> <li>Tahapan dalam proses pembuatan keputusan pembelian</li> </ul>	Memahami <ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian</li> <li>Proses dan tahapan dalam proses pembuatan keputusan pembelian untuk pasar perorangan</li> </ul>	KKALT Bab 7
5	Analisa pasar bisnis dan perilaku pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi pembelian organisasi</li> <li>Partisipan dalam proses pembelian di pasar bisnis</li> <li>Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> <li>Proses pembelian</li> <li>Hubungan pemasaran B2B dalam konglomerasi</li> </ul>	Memahami karakteristik pemasaran antar bisnis, termasuk <ul style="list-style-type: none"> <li>Partisipan dalam proses pembelian di pasar bisnis</li> <li>Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> <li>Proses pembelian</li> <li>Hubungan pemasaran B2B dalam konglomerasi</li> </ul>	KKALT Bab 8
6	Identifikasi segmen pasar dan pemilihan target pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkatan dan pola dalam segmentasi pasar</li> <li>Segmentasi pasar pelanggan dan pasar bisnis</li> <li>Pemilihan target pasar</li> </ul>	Mampu melakukan segmentasi pasar melalui beberapa tingkatan dengan pola tertentu baik di pasar perorangan maupun pasar bisnis, serta mampu melakukan pemilihan target pasar	KKALT Bab 10
7	Positioning dan diferensiasi Market Offering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembentukan dan pengkomunikasian strategi positioning</li> <li>Metode diferensiasi</li> <li>Strategi pemasaran berdasarkan daur hidup produk</li> <li>Tantangan dalam pengembangan produk baru</li> <li>Pengelolaan ide, konsep, strategi, dan komersialisasi</li> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memasuki pasar global</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu melakukan positioning dan mengkomunikasikannya ke pelanggan dengan efektif</li> <li>Memahami pentingnya konsistensi strategi pemasaran yang dilakukan</li> <li>Memahami pengelolaan ide, konsep, strategi, dan komersialisasi dari produk baru</li> <li>Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memasuki pasar global</li> </ul>	KKALT Bab 11, 12, dan 13
8	Penentuan strategi produk dan pemerekan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk dan bauran produk</li> <li>Keputusan mengenai lini produk</li> <li>Keputusan merek</li> <li>Packaging dan Labelling</li> </ul>	Mahasiswa memahami bagaimana menentukan strategi produk dan pemerekan, mulai dari produk dan bauran produk, keputusan mengenai lini produk, keputusan merek, Packaging dan Labelling	KKALT Bab 14
9	Perancangan dan pengelolaan jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karakteristik jasa</li> <li>Strategi pemasaran untuk perusahaan jasa</li> <li>Pengelolaan pelayanan</li> </ul>	Mahasiswa memahami karakteristik jasa dan strategi pemasaran untuk pemasaran jasa dan pengelolaan pelayanan pendukung produk	KKALT Bab 15

		pendukung produk		
10	Pengembangan program dan strategi harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetapan harga</li> <li>• Adaptasi harga</li> <li>• Inisiasi dan respon terhadap perubahan harga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami cara menetapkan harga</li> <li>• Memahami faktor-faktor yang dapat menginisiasi perubahan harga sehingga dapat menentukan saat ketika perusahaan harus melakukan adaptasi harga</li> </ul>	KKALT Bab 16
11	Perancangan dan pengelolaan saluran distribusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian saluran distribusi dan jaringan nilai</li> <li>• Fungsi saluran pemasaran</li> <li>• Keputusan rancangan saluran pemasaran</li> <li>• Keputusan pengelolaan saluran pemasaran</li> <li>• Dinamika saluran pemasaran</li> </ul>	<p>Memahami</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pengertian saluran distribusi dan jaringan nilai</li> <li>• Fungsi saluran pemasaran</li> <li>• Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan rancangan saluran pemasaran dan keputusan pengelolaan saluran pemasaran</li> <li>• Memahami dinamika saluran pemasaran</li> </ul>	KKALT Bab 17
12	Retailing, wholesaling, dan logistic pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retailing</li> <li>• Wholesaling</li> <li>• Logistik pasar</li> </ul>	Memahami retailing, wholesaling, dan logistic pasar	KKALT Bab 18
13	Mengelola komunikasi pemasaran terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses komunikasi</li> <li>• Pengembangan komunikasi yang efektif</li> <li>• Keputusan bauran komunikasi pemasaran</li> <li>• Pengelolaan proses komunikasi pemasaran terintegrasi</li> <li>• Pengelolaan program komunikasi pemasaran lintas Asia</li> </ul>	Memahami bagaimana proses komunikasi sehingga mampu mengembangkan, memutuskan, dan mengelola komunikasi pemasaran yang efektif yang terintegrasi, termasuk pengelolaan program komunikasi pemasaran lintas Asia	KKALT Bab 19 dan 20
14	Pengelolaan Total Marketing Effort	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisasi pemasaran</li> <li>• Implementasi pemasaran</li> <li>• Evaluasi dan kontrol</li> </ul>	Mampu melakukan pengelolaan seluruh aktivitas pemasaran secara menyeluruh, termasuk organisasi, implementasi, evaluasi dan pengendalian.	KKALT Bab 22
15	Ujian Akhir Semester			

### <MM5004> Manajemen Operasi

<b>KodeMatakuliah:</b> MM 5004	<b>Bobotsks:</b> 3	<b>Semester:</b> Ganjil/ Genap	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> OPM	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>NamaMatakuliah</b>	Manajemen Operasi			
	Operations Management			
<b>SilabusRingkas</b>	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan, skill dan sikap tentang konsep, tools, dan bagaimana mengimplementasikan manajemen operasi sebagai salah satu strategi mencapai keunggulan kompetitif.			
	<i>This course provides students with knowledge, skill, and attitude towards concept, tools and how to implement operations management as one of strategy to achieve competitive advantage.</i>			
<b>SilabusLengkap</b>	Manajemen Operasi fokus pada upaya mengelola proses untuk memproduksi dan mendistribusikan produk dan jasa secara efisien dan efektif. Seluruh aktivitas dari pembelian, pengendalian kualitas, penyimpanan, pengendalian persediaan, produksi, dan distribusi dicakup dalam manajemen operasi. Tidak hanya di tingkat operasional, manajemen operasi juga berbicara tentang isu-isu strategis seperti memilih lokasi dan perencanaan kapasitas serta isu taktis yang membahas bagaimana menjadwalkan material dan tenaga kerja secara efisien dalam batasan yang sudah ditentukan pada level strategis. Tujuan utama manajemen operasi adalah memberikan barang dan jasa dengan cara yang paling efektif.			
	<i>Operations management focuses on carefully managing the processes to produce and distribute products and services. All activities from managing purchases, quality control, storage, inventory control, production, and distribution are covered by operations management. Not only at operational level, it does talks about strategic issues such as selecting location and capacity planning and tactical issues that address how to efficiently schedule material and labor within the constraints made in strategic level. The main goal of operations management is delivering a firm's goods and services in the most effective manner.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	1. Memiliki pemahaman tentang peran manajemen operasi dalam proses bisnis, dan mendapatkan eksposur pada spektrum perencanaan, eksekusi dan proses pengambilan keputusan. 2. Dapat menggunakan berbagai teknik dan tools dalam menganalisis isu-isu terkait operasi dan selanjutnya mengajukan solusinya. 3. Memiliki pengetahuan yang cukup dalam meningkatkan kinerja operasi.			
<b>MatakuliahTerkait</b>	-			
<b>KegiatanPenunjang</b>				
<b>Pustaka</b>	Jacobs and Chase, Operations and Supply Chain Management (OSCM), McGraw-Hill Global Edition, 13th Ed. (2011) [Pustaka Utama] Fitzsimmons and Fitzsimmons, Service Management, McGraw-Hill International edition, 6th Ed. (2008) Simchi-Levi, Kaminsky, and Simchi-Levi, Designing and Managing the Supply Chain, McGraw-Hill International edition, 2nd Ed (2003)			
<b>PanduanPenilaian</b>	Group Project	10%	Team grade by facilitator	
	Quiz and assignment	20%	Individual grade by facilitator	
	Participation	20%	Individual grade by facilitator	

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 6 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB		
Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB.		
Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	Midterm exam	25%	Individual grade by facilitator
	Final exam	25%	Individual grade by facilitator
<b>Catatan Tambahan</b>			

<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"> <li>• <i>Class Management</i></li> <li>• <i>Introduction to Operations and Supply Management</i></li> <li>• <i>Case: Benihana</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang peranan manajemen operasi	Ch. 1
2	Strategy Sustainability; Product Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Operations and Supply Chain Strategy, Strategic Fit, A Framework for Operations and Supply Chain Strategy</i></li> <li>• <i>Productivity Measurement</i></li> <li>• <i>Product Design Process, Product Development Process, Economic Analysis of Product Development Projects, Sensitivity Analysis</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai strategi keunggulan kompetitif dan desain produk Ketrampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan analisis produktivitas, NPV dan analisis sensitivitas	Ch 2,3
3	Capacity Management; Process Analysis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Capacity Management in Operations, Capacity Planning Concepts, Capacity Planning, Planning Service Capacity</i></li> <li>• <i>Capacity requirements, Decision tree, Net Present Value</i></li> <li>• <i>Process Analysis, Process Flowcharting, Types of Processes, Measuring Process Performance,</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai strategi penentuan kapasitas dan analisis proses Ketrampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan <i>decision tree, process mapping</i>	Ch 4,5
4	Project Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Case: Universal Pulp and Paper</i></li> <li>• <i>Concept of scope management, time management, and cost management</i></li> <li>• <i>Case: Campus Wedding A+B</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman mengenai manajemen proyek Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan CPM	Ch 10
5	Quality Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>1. Concept of quality: Garvin, TQM, Taguchi, Six Sigma, ISO</i></li> <li>• <i>2. Concept of Lean thinking and waste</i></li> <li>• <i>Shortening Customers' Telephone Waiting Time</i></li> <li>• <i>Capability Process</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang pengertian kualitas dan manajemen kualitas Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi VOC, VOP dan menghitung proses kapabilitas Sikap: Memiliki cara pikir manajemen kualitas berbasis proses	Ch 9, 9A
6	Midtest			
7	Inventory Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Case: Polaroid</i></li> <li>• <i>Concept of inventory, inventory management, inventory cost and ABC analysis</i></li> <li>• <i>Case: HP</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep persediaan dan manajemen persediaan Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menganalisis tingkat persediaan	Ch 17
8	ERP, Demand Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Putting Enterprise into enterprise system</i></li> <li>• <i>Planning, Demand management and Components of demand, Time series analysis, qualitative technique in forecasting and Planning, Forecasting and Replenishment</i></li> <li>• <i>Case: Altavox Electronics</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep tentang forecasting Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan metoda peramalan	Ch 14,15
9	Aggregat Planning; MRP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sales and operations planning, Aggregate operations plan, Aggregate planning technique</i></li> <li>• <i>Case 8: Bradford Mfg – Planning Plan Production</i></li> <li>• <i>Master Production scheduling, Where MPR can be used, MRP Structure, Example using MRP, Lot Sizing in MRP</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep tentang agregat planning dan MRP Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan tools dalam agregat plan dan MRP	Ch 16, 18
10	MRP; Scheduling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Case: Seaside Foods A</i></li> <li>• <i>Manufacturing Execution System, The nature and importance of work center, Priority rules and techniques, shop floor control and personnel scheduling in services</i></li> <li>• <i>Case: Keep Patients waiting? Not in my office</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep tentang scheduling Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan teknik penjadwalan	Ch. 19
11	LP: Queuing Analysis; Simulation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Linear programming model, graphical Linear programming, Linear programming using excel solver,</i></li> </ul>	Pengetahuan: Memiliki pemahaman tentang konsep tentang LP, Queuing analysis, dan simulasi Keterampilan: Memiliki kemampuan untuk menggunakan	App A, Ch 7A, 19A

		<i>sensitivity analysis</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Economic of waiting line, Queuing system, Waiting line models, Approximating Customer Waiting time</i></li> <li>• <i>Simulation, Monte Carlo Analysis</i></li> </ul>	LP, Queuing analysis dan simulasi dalam masalah nyata	
12	Final test			

<MM5005> Manusia Dalam Organisasi

<b>Kode Matakuliah:</b> MM5005	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b>	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manusia Dalam Organisasi People in Organization			
<b>Silabus Ringkas</b>	<p>Kuliah ini akan memberikan pemahaman tentang organisasi yang efektif, perilaku pada berbagai tingkat organisasi, bagaimana mengelola orang-orang dengan tujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (sistem kerja berkinerja tinggi).</p> <p>This course module will deliver an understanding about effective organization, behaviours at various level of an organization, how to manage people with the intention to create a competitive advantage (high performing work systems).</p>			
<b>Silabus Lengkap</b>	<p>Kuliah ini akan memberikan pengetahuan mengenai perilaku organisasi yang secara detail akan membahas mengenai proses dan perilaku individu, emosi, sikap, dan stress di tempat kerja, motivasi karyawan di tempat kerja, pengambilan keputusan individu, proses kerja tim, komunikasi dalam tim &amp; organisasi, kekuasaan dan pengaruh di tempat kerja, konflik, kepemimpinan, dan budaya &amp; struktur organisasi. Lebih lanjut untuk manajemen manusia, mahasiswa akan belajar mengenai manajemen SDM, kebijakan dan praktik SDM dan bagaimana proses merancang organisasi dapat mengakibatkan Sistem Kerja berkinerja tinggi.</p> <p>This course module will deliver organizational behaviour which in detail will discuss about individual behaviour and processes, workplace emotions, attitudes, and stress, employee motivation at work, individual decision making, team processes, communication in teams &amp; organizations, power and influence in the workplace, conflict, leadership, and organizational culture &amp; structure. Moreover for People Management, students will learn about the various tenets of HR Management, HR Policy &amp; Practices and how within the design of an Organization might lead to High Performance Work Systems.</p>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<p>Students will have the knowledge about People in Organization (Behavior, People Management)</p> <p>Students will be able to apply various technical tools to help them analyse and design an effective Organization</p> <p>Students will be able to exhibit communication skills which will be needed to build an effective team and organization</p>			
<b>Matakuliah Terkait</b>				
<b>Kegiatan Penunjang</b>				
<b>Pustaka</b>	<p>McShane, Steven L., and Mary Ann Von Glinow., Organizational Behavior (Essentials), McGraw Hill International, 2007. <i>[Pustaka utama]</i></p> <p>Noe et al., Human Resource Management – Gaining a Competitive Advantage, Seventh Edition, McGraw Hill, 2010 <i>[Pustaka utama]</i></p> <p>Spencer, S.M. &amp; Spencer &amp; LyleM, Competence at Work: Models for Superior Performance, John Wiley &amp; Sons, Inc., 1993 <i>[Pustaka utama]</i></p>			
<b>Panduan Penilaian</b>	Individual in class participation = 20%; Individual Assignment = 10%; Group Work (Case Analysis, Presentation & Discussion) = 20%; Midterm = 25%; Final Exam = 25%.			
<b>Catatan Tambahan</b>				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to Organizational Behavior	What is OB? MARS Model for Performance	Students understand the importance of studying Organizational Behavior to achieve organizational effectiveness	Reading Ch01 (McShane) HBSP Case: HBP 3214
2	Motivational Drivers	Values & Personality	Students understanding about the roles of values and personality to motivation	Reading: Ch02 (McShane) Case: Pushing Paper Can be Fun
3	Personality	DISC Profiling System Assessment Motivation in the Workplace	Students understand the importance of studying organizational behaviour to achieve organizational effectiveness	Reading: Ch01&Ch02 (McShane) HBSP Case: Stone Finch, Young Division, Old Division Case: Buddy Snack Company
4	Communicating	Communicating in Organizational Setting		Reading Ch08 (McShane) Role Play: Active Listening Skill
5	Power and Politics	Power, Politics & Influence Conflict & Negotiation	Students will have capability to manage power and politics in Organization. They also learn how to resolve conflict and built win-win negotiation	Reading: Ch09&14 (McShane) HBSP Case: Thomas Green-Power, Office Politics and a Career in Crisis HBSP Case: Conflict in Close Quarters
6	Team Dynamics	Team Dynamics	Students learn how to build the winning team and capable to behave as the effective leader in dynamic organization	Reading: Ch 07 (McShane) HBSP Case: Treetop Forest Product
7	Leadership in Organizational Settings	Organizational Leadership	Students learn how to be an effective leaders	Reading: Ch11 (McShane) HBSP Case: GE's Two Decade of Transformation-Jack Welch Leadership
8	Organizational Structure & Culture	Organizational Structure and Culture	Students will learn how to design an organizational structure and how the	Reading: Ch12 & Ch13 (McShane) HBSP Case: Corporate Solutions at

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 8 dari 92</b>
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB</p> <p>Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB.</p> <p>Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProd]-ITB.</p>		



			cultural alignment to support the culture	Jones Lang LaSalle
<b>Mid-term Test</b>				
9	HR Framework	History of People Management and it's application in managing employees Differences among Personnel Management, HRM, HCM, Various HR Roles	Understanding the history of people management and various HR Management including Multiple HR Roles	Reading: Ch01&02 (Noe), Video: Modern Times
10	Competency-Based HRM	Various HR Practices within CBHRM	Understanding the integrated CB HRM and the tools needed to develop CB HRM	Reading: Spencer & Spencer (1993) HBSP Case: JetBlue Airways – Starting from Scratch
11	Work flow processes	Job Analysis	Understanding the work flow process and how it build an organizational structure (accountability, authority, responsibility)	Reading: Ch04 (Noe) HBSP Case: Procter&Gamble Organization 2005 (A)
12	Performance Management System	Performance Management System HR Scorecard	Understanding about the purposes for Performance Management System	Reading: Ch08 (Noe) HBSP Case: Verizon Communication: Implementing an HR Balanced Scorecard
13	Total Returns	The Pay Model Compensation & Benefits	Understanding the pay model and how it translates to Compensation and Benefits	Reading: Ch01 (Milkovich), Ch11, Ch12, Ch13 (Noe) HBSP Case: Managing Employee Performance: Blue Sky Thinking
14	People Development	Training Employee Development	Understanding various methodology how we should develop people	Reading: Ch07 & Ch09 (Noe) HBSP Case: Professional Development – The BCG Way (A)
15	International HRM	Duality concepts	Understanding the international nature to manage HR	Reading: Ch01&02 (Paul Evans)
<b>Final Test</b>				

<MM5006> Ekonomika Bisnis

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5005	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> Ganjil dan Genap	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Ekonomika Bisnis			
	<i>Business Economics</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Ekonomika bisnis atau ekonomika manajerial membahas aplikasi prinsip-prinsip dan metodologi ekonomika dalam kerangka pengambilan keputusan bisnis yang dihadapkan pada risiko dan ketidakpastian. <i>Business Economics or Managerial Economics is concerned with the application of economic principles and methodologies to the decision making process of the business firm operating under conditions of risk and uncertainty.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini menegaskan prinsip-prinsip penting dalam pelaksanaan bisnis. Praktik bisnis pada dasarnya dibahas dalam disiplin keilmuan ekonomika manajerial. Kuliah ini focus kepada strategi kompetitif perusahaan daripada hanya sekedar membahas pendapatan dan biaya. Kuliah ini akan membahas persoalan bisnis nyata untuk mendemonstrasikan metode untuk mengidentifikasi persoalan dan memformulasikan solusi. Secara umum, topik yang akan dibahas meliputi pengantar ekonomika manajerial, teori ekonomika mikro dan aplikasinya, serta teori ekonomika makro dan aplikasinya. <i>The course establishes important principles for business practice. Business practice is recognized and incorporated into the discipline of Managerial Economics. The course is concerned about the firm's competitive strategy, rather than simply costs and revenues. The course will put into the context of real-world business decision problems, to demonstrate methods of identifying problems and finding solutions. This course provides and covers (1) a general introduction to Managerial Economics, (2) Microeconomics Theory and its Applications and (3) Macroeconomics Theory and its Applications.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu mengenal persoalan dan isu ekonomi sehari-hari sebagai seorang manajer.</li> <li>Mahasiswa memahami konsep dan metode yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan dan meraih keunggulan kompetitif bagi organisasi yang dipimpin.</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkuliahan dalam kelas</li> <li>Kasus bisnis</li> </ul>			
<b>Pustaka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>(SD) Salvatore, D., (2006), Managerial Economics in a Global Economy, 5th Edition, Thomson South Western.</li> <li>(COL) Colander, Economics, 8th edition, McGrawHill International Edition</li> <li>(KY) Keat, Paul.G, Philip K Y Young., (2009), Managerial Economics , Economic Tools for Today's Decision Makers, 6th Edition, Pearson Education International.</li> <li>(CF) Case, K., E., Fair, R., C., (2004), Principles f Economics, 9th Edition, Prentice Hall.</li> </ol>			
<b>Panduan Penilaian</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ujian Tengah Semester (30%)</li> <li>Ujian Akhir Semester (30%)</li> <li>Partisipasi (20%)</li> <li>Tugas (20%)</li> </ol>			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 9 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProd]-ITB.		

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar Ekonomika Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembukaan, silabus, dan manajemen kelas</li> <li>Pengantar ekonomika manajerial</li> </ul>	Memahami persoalan mendasar yang dihadapi dalam perspektif ekonomi dan memahami tujuan kajian ilmu ekonomika.	KY (Bab 1) <i>Case - The Case of Global Foods, Inc; Situation &amp; Solutions Discussion</i>
	Perusahaan dan Tujuan Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jenis perusahaan</li> <li>Perusahaan sebagai entitas ekonomi</li> <li>Tujuan perusahaan</li> </ul>	Memahami berbagai jenis perusahaan dan peranan serta tujuannya sebagai suatu entitas ekonomi.	KY (Bab 4)
2	Pemintaan dan Penawaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teori permintaan</li> <li>Teori penawaran</li> <li>Interaksi dan limitasi antara permintaan dan penawaran</li> </ul>	Memahami konsep permintaan, penawaran, mekanisme pasar (tangan tak terlihat), serta interaksi diantaranya.	KY (Bab 5) <i>Case - Coffee: Buy low &amp; sell high Case - Air travel: Buy high &amp; sell low</i>
	Elastisitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elastisitas harga</li> <li>Elastisitas permintaan dan penawaran</li> <li>Analisis permintaan dan penawaran</li> </ul>	Terampil dalam mengidentifikasi elastisitas permintaan, penawaran, harga silang, dan pendapatan serta mampu menginterpretasikan dampak dari elastisitas tersebut.	KY (Bab 4) KY (Bab 5) <i>Case - Gas and GO Operator Gas Station Case - Global Food Inc.</i>
3	Teori dan Estimasi Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produktivitas</li> <li>Biaya produksi</li> <li>Menghitung produktivitas dan biaya produksi</li> </ul>	Memahami konsep produktivitas dan pengaruhnya terhadap struktur dan besar biaya perusahaan.	KY (Bab 6)
	Teori dan Estimasi Biaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan produksi jangka pendek</li> <li>Keputusan produksi jangka panjang</li> </ul>	Memahami pertimbangan-pertimbangan dalam mengambil keputusan produksi jangka pendek dan jangka panjang dalam perusahaan.	KY (Bab 7) <i>Case - Shayna Soda Company</i>
4	Struktur Pasar 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pasar persaingan sempurna</li> <li>Maksimasi keuntungan</li> <li>Model monopoli</li> <li>Kesejahteraan yang hilang akibat monopoli</li> </ul>	Mampu mengidentifikasi struktur pasar persaingan sempurna dan bagaimana proses maksimasi keuntungan dilakukan serta mampu mengidentifikasi struktur pasar monopoli dan memahami konsekuensi dari kegiatan monopoli berupa kesejahteraan yang hilang.	KY (Bab 8) <i>Case - Waterpure, the new beverage</i>
	Struktur Pasar 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pasar persaingan monopolistik</li> <li>Oligopoli</li> </ul>	Mampu mengidentifikasi struktur pasar persaingan monopolistik dan oligopoli beserta implikasinya terhadap keputusan-keputusan perusahaan.	KY (Bab 9) <i>Case - Frank Robinson, price analysis</i>
5	Penetapan Harga Strategis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diskriminasi harga</li> </ul>	Memahami konsep dan tujuan diskriminasi dalam ekonomi.	KY (Bab 10) <i>Case - Global Foods Inc. with its retail stores</i>
	Konsep "Teori Permainan" dan Informasi Asimetris	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengantar "teori permainan"</li> <li>Konsep "dilema narapidana"</li> </ul>	Memahami konsep "teori permainan" dan "dilema narapidana" sehingga dapat mengaplikasikan pola pikir tersebut pada perusahaan dengan struktur pasar oligopoli.	KY (Bab 11)
6	Ujian Tengah Semester			
7	Capital Budgeting dan Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan investasi</li> <li>Konsep risiko</li> </ul>	Memahami konsep dasar investasi, risiko, dan imbal hasil dalam entitas bisnis sebagai suatu keputusan ekonomi.	KY (Bab 12) <i>Case - Capital Budgeting project of Global Foods Inc.</i>
	Ekonomika Manajerial Praktis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Praktik ekonomi manajerial</li> </ul>	Memahami implementasi dari konsep-konsep ekonomika manajerial dalam praktik pengelolaan bisnis.	KY (Bab 15) <i>Case - The Case of the Refreshment Beverage Industry</i>
8	Pengantar Ekonomika Makro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep ekonomika makro</li> </ul>	Memahami ekonomika makro secara garis besar dan mengetahui faktor-faktor utama yang menjadi perhatian dalam ekonomika makro.	CF (Bab 20)
	Menilai Output Nasional, Pengangguran, Inflasi, dan Pertumbuhan Jangka Panjang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi pendapatan nasional</li> <li>Pendapatan Domestik Bruto dan Pendapatan Nasional Bruto</li> <li>Pertumbuhan dan siklus bisnis</li> <li>Inflasi dan pengangguran</li> </ul>	Memiliki keterampilan dalam mengkalifikasikan berbagai aspek penyusun pendapatan nasional dan memiliki keterampilan dalam menghitung pendapatan nasional (PDB dan PNB).	CF (Bab 21) CF (Bab 22) <i>Case - The Simple Keynesian Aggregate Supply Curve Case - Employment and Unemployment at the end of 2005</i>
9	Belanja Agregat dan Output Ekuilibrium	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep pengganda</li> <li>Pengeluaran agregat dan produksi agregat</li> </ul>	Memahami konsep pengganda dan interaksi antara pengeluaran agregat dan produksi agregat.	CF (Bab 23)
	Pemerintah dan Kebijakan Fiskal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Model kebijakan moneter</li> <li>Implementasi kebijakan moneter</li> <li>Defisit dan hutang</li> <li>Dilema kebijakan fiskal</li> </ul>	Memahami berbagai jenis kebijakan moneter dan implikasi dari penerapan kebijakan tersebut terhadap makro ekonomi serta memahami konsep anggaran Negara defisit dan bagaimana memenuhinya (hutang) serta	CF (Bab 24) <i>Case - Government Disagree on How Much More Spending is Needed</i>

			memahami kontradiksi antara kebijakan fiskal dengan tujuan pengelolaan ekonomi makro.	
10	Permintaan dan Penawaran Uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fungsi suku bunga</li> <li>Nilai dari uang</li> <li>Regulasi pemerintah</li> </ul>	Memahami konsep uang sebagai komoditas yang memiliki nilai dan harga (suku bunga) sesuai dengan permintaan dan penawaran.	CF (Bab 25) CF (Bab 26) <i>Case – The Asian Financial Crises: Indonesia and The Currency Board Proposal</i>
	Permintaan Agregat, Penawaran Agregat, dan Pasar Tenaga Kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Permintaan agregat</li> <li>Penawaran agregat</li> <li>Penawaran tenaga kerja</li> <li>Permintaan tenaga kerja</li> </ul>	Memahami konsep serta interaksi anatara permintaan agregat dan penawaran agregat serta memahami penawaran dan permintaan di pasar tenaga kerja dan implikasinya terhadap upah dan tingkat pengangguran.	CF (Bab 27) CF (Bab 28) CF (Bab 29)
11	Pertumbuhan Ekonomi di Negara Berkembang dan Negara Transisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kondisi ekonomi di Negara berkembang</li> </ul>	Memahami kebijakan ekonomi di Negara berkembang, terutama Indonesia.	CF (Bab 36) <i>Case - China and its neighbours in 2005</i>
	Perdagangan Internasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dasar-dasar perdagangan</li> <li>Keunggulan komparatif</li> </ul>	Memahami bagaimana perdagangan dapat terjadi beserta dampaknya terhadap pihak-pihak yang terkait.	CF (Bab 34)
12	Ujian Akhir Semester			

### <MM5007> Manajemen Keuangan

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5009	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> Genap	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Resiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Keuangan <i>Finance Management</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini memberikan pemahaman secara luas mengenai konsep, teori, dan aplikasi manajemen keuangan perusahaan dengan tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. <i>This course wil provide wide understanding about concept, theory, and application regarding corporate financial management with objective of maximizing shareholder's wealth.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini memeberikan pemahaman terhadap 4 keputusan penting dalam manajemen keuangan perusahaan yaitu : keputusan pemilihan aset investasi perusahaan, keputusan pendanaan/struktur modal, keputusan dividen, dan keputusan pengelolaan aset dan kewajiban jangka pendek perusahaan yang kesemuanya akan berujung kepada memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan. <i>This course will provide knowledge and skills toward decision making in four important decisions in corporate finance which is : investing decision, financing decision, dividend policy, and short term asset and liability management. All decisions sj Hould aim to maximzing shareholder wealth or maximzing company's value.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa memahami konsep, teori, dan aplikasi manajemen keuangan perusahaan. Mahasiswa mampu mengaplikasikan berbagai teori manajemen keuangan dalam berbagai situasi dalam perusahaan. Mahasiswa mampu mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai situasi perusahaan.			
<b>Matakuliah Terkait</b>	Akuntansi Keuangan <i>Financial Accounting</i>	Prasyarat <i>Prerequisite</i>		
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<i>Studi Kasus Keuangan Perusahaan, Kuliah Tamu Eksekutif Perusahaan</i>			
<b>Pustaka</b>	Gitman, L., Principles of Managerial Finance, 13 <sup>th</sup> edition, Pearson Addison Wesley, Boston, 2012. Pustaka utama Ross,S.A., Randolph,W., Jeffrey, L., Corporate Finance, Mc Graw Hill. 2005. Pustaka pendukung. Bruener, Robert F., Case Studies in Finance : Managing for Corporate Value Creation. 4 <sup>th</sup> edition., Mc Graw Hill Irwin, 2003. Pustaka pendukung			
<b>Panduan Penilaian</b>	UTS – 30 %; UAS – 30 %; Kasus – 20 %; Tugas – 10 %; Partisipasi – 10 %			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	Tujuan Perusahaan Laporan Keuangan Perusahaan Analisa Laporan Keuangan	Memahami tujuan perusahaan dan mampu menganalisa kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan laporan-laporan keuangan	LG Bab 1 dn Bab 2 Kasus : Detective Finance
2	Perencanaan Keuangan	Arus Kas Operasi dan Kas bebas Laporan Keuangan Proforma Nilai Waktu dari Uang	Mampu menghitung arus kas operasi dan arus kas bebas. Mampu menyusun proyeksi laporan euangan untuk perencanaan anggaran kas dan laba.	LG Bab 3 dan Bab 4 Kasus : Assessing Company's Future Financial Health
3	Konsep Nilai, Risiko dan Imbal Hasil	Nilai Waktu dari Uang (2) Risiko dan Imbal Hasil	Memahami kerangka pikir Nilai Waktu dari Uang dan mampu mengaplikasikannya dalam berbagai situasi. Memahami konsep Risiko dan Imbal Hasil dan menarik hubungan anatar Risiko dan Imbal hasil	LG Bab4 dan Bab 5 Kasus : Krakatau Steel (A) dan Krakatau Steel (B)

4	Instrumen Pendanaan	Instrumen Obligasi dan penilaiannya Instrumen Saham dan penilaiannya	Memahami jenis-jenis instrumen pendanaan dan mampu menghitung penilaian instrumen pendanaan tersebut	LG Bab 6 dan Bab 7
5	Penganggaran Kapital	Teknik Penganggaran Kapital Arus Kas Penganggaran Kapital	Memahami konsep dan teori penganggaran kapital dan mampu menghitung kelayakan investasi melalui NPV, IRR, PBP.	LG Bab 8 dan Bab 9 Kasus : Investment Detective
6	Ujian Tengah Semester			
7	Struktur Modal Perusahaan	Biaya Modal (WACC) Leverage Struktur Modal Optimal	Memahami konsep dan teori struktur modal perusahaan dan mampu menghitung WACC, Leverage dan Struktur Modal Optimal terkait nilai perusahaan	LG Bab 11 dan 12 Kasus : Note on the Optimal Capital Structure
8	Kebijakan Dividen	Kebijakan Dividen	Mampu memahami berbagai kebijakan dividen dan berbagai pengaruhnya dalam laoran keuangan	LG Bab 13 Kasus : Nike Inc, Cost of Capital
9	Aktiva Lancar dan Kewajiban Jangka Pendek	Pengelolaan Aktiva Lancar Pengelolaan Kewajiban Jangka Pendek	Mampu menyusun kebijakan-kebijakan jangka pendek dalam aktiva lancar dan kewajiban lancar yang akan menguntungkan perusahaan	LG Bab 14 dan 15 Kasus : Trade Payables Strategy
10	Sewa Beli dan Valuasi	Sewa Beli Valuasi Perusahaan	Mampu menganalisa sewa beli secara operasi ataupun secara kapital dan peniaian sewa dibandingkan dengan beli	LG Bab 16 Ross Bab 17 Kasus : Primus Leasing
11	Restrukturisasi Perusahaan dan Derivatives	Merger dan Akuisisi Instrumen Derivative	Mampu menganalisa berbagai situasi merger dan akuisisi Memahami berbagai instrumen derivative dan penggunaannya dalam lindung nilai	LG Bab 17 Ross Bab 22 dan Bab 23 Kasus : Valuing a company : Gulf Oil Corporation
12	UJIAN AKHIR SEMESTER			

<MM5008> Manajemen Inovasi Bisnis

<b>Kode Matakuliah:</b> MM5008	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> I dan II	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> ETM	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Inovasi Bisnis Business Innovation Mangement			
<b>Silabus Ringkas</b>	Manajemen Inovasi Bisnis membahas pentingnya inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan mempelajari praktik yang baik ( <i>good practices</i> ) di perusahaan-perusahaan internasional dalam berinovasi. The purpose of this course is to analyze the central importance of business innovation for competitiveness and to learn about international good practice in managing business innovation.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini dibangun untuk mengembangkan pemahaman mengenai kerumitan dan ketidakpastian dari proses inovasi. Kuliah ini menggunakan hasil-hasil penelitian terkini di dunia. Hal-hal yang dibahas meliputi: ekonomi dan dampak dari inovasi, strategi inovasi, pendanaan, proses komersialisasi dari inovasi, R&D dan kolaborasi teknologi, keberlangsungan bisnis dan membangun bisnis dari ilmu pengetahuan. The course is built around developing an understanding of the complexities and uncertainties of innovation process. It utilizes the results of leading research around the world. Issued to be studied include : economics and impact of technological innovation, innovation strategy, financing, process and commercialization of technological innovation, managing creative teams, R&D and technological collaboration, business sustainability, and building business from sciences.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai: 1. Pentingnya inovasi bisnis 2. Kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah 3. Kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kunjungan ke industri/perusahaan, kuliah tamu oleh praktisi inovasi bisnis			
<b>Pustaka</b>	Dodgson, M., David Gann, Ammon Salter (2008), "The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice". Oxford University Press, New York. (Pustaka utama) Ettlie, John E., (2006), "Managing Innovation: New Technology, New Products, and New Services in a Global Economy", Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford. (Pustaka alternatif) Berbagai makalah dari jurnal-jurnal temama. (Pustaka pendukung)			
<b>Panduan Penilaian</b>	- Partisipasi kelas - 10% - Tugas pribadi - 10% - Tugas kelompok dan presentasi - 15% - Ujian Tengah Semester - 30% - Ujian Akhir Semester - 35%			
<b>Catatan Tambahan</b>				

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 12 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	- Perkenalan dan pengantar kuliah - Ekonomi dari inovasi bisnis	Topik minggu ini membahas dampak inovasi terhadap daya saing dan profitabilitas perusahaan.	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) –bab I dan II
2	Strategi Inovasi (1)	Membahas strategi inovasi untuk menciptakan keunggulan daya saing	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab III - Kasus bisnis: Finland and Nokia: creating the World's Most Competitive Economy
3	Strategi Inovasi (2)	Membahas cara perusahaan mendapatkan manfaat ( <i>value</i> ) ekonomidari inovasi dengan hak kekayaan intelektual	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab IV - Kasus bisnis: Marketing Technological Innovation (HBR)
4	Proses Teknologi Inovasi	Membahas proses inovasi dalam skala lokal dan global, bagaimana mengelola tim inovasi dan kreatif	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab III dengan fokus pada generasi inovasi kelima - Kasus bisnis: Is your innovation process global? (HBR)
5	Pendanaan dan pembiayaan inovasi	Membahas aspek-aspek dalam pendanaan inovasi dan bagaimana mendanai inovasi pada masa situasi ekonomi yang sulit sekalipun.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	Kasus bisnis: Financing innovation in tough times (Rowan Gibson, 2009) Intangible assets: innovative financing for innovation (Jarboe and Ellis, 2010) The financing of innovation (Hall, 2005)
<b>Ujian Tengah Semester</b>				
7	Pengelolaan paradigma baru dalam aktivitas R&D	Membahas paradigma baru dalam aktivitas R&D seperti open innovation	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab VI - Kasus bisnis: The Era of Open Innovation (Chesbrough, 2003)
8	Tantangan dalam Mengelola Kolaborasi dalam Berinovasi	Kolaborasi menjadi kebutuhan dalam menjawab kesulitan dalam berinovasi. Topik ini membahas berbagai tantangan dalam kolaborasi tersebut.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab V - Kasus bisnis: Radical Collaboration (IBM, 2008)
9	Inovasi untuk Keberlangsungan Bisnis	Membahas mengapa keberlangsungan ( <i>sustainability</i> ) menjadi kunci pendorong inovasi	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	- Kasus bisnis: The Sustainability Imperative (Lubin and Esty, 2010) - Why sustainability is now the key driver of innovation by Nidumolu, Prahalad, and Rangaswami (2009) - HBR
10	Kerangka kebijakan publik untuk inovasi di perusahaan-perusahaan nasional	Membahas daya saing internasional dari perusahaan-perusahaan Asia dan membahas kebijakan publik terkait dengan inovasi di perusahaan.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	- Asian Development Bank Working Paper - Journal Innovation: Management, Policy and Practice
11	Interaksi Bisnis – Universitas – Pemerintah dalam Inovasi	Membahas interaksi dan kerjasama antara bisnis, pemerintah dan universitas dalam mendorong inovasi	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	Makalah ( <i>papers</i> ) dari berbagai jurnal.
<b>Ujian Akhir Semester</b>				

### <MM5009> Pengambilan Keputusan dan Negosiasi

<b>KodeMatakuliah:</b> MM5009	<b>Bobotsks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> Decision Making and Strategic Negotiation	<b>Sifat:</b> Wajib Prodi
<b>NamaMatakuliah</b>	PengambilanKeputusan and Negosiasi			
	Decision Making & Negotiation			
<b>SilabusRingkas</b>	Mata kuliah ini memberikan pemahaman, pengetahuan dan keterampilan dalam pengambilan keputusan dan proses negosiasi melalui berbagai ide yang relevan, masalah dan kerangka kerja yang akan memungkinkan untuk pengembangan kompetensi dalam membuat keputusan dan menciptakan nilai dalam negosiasi.			
	<i>This course provides understanding, knowledge and skills in decision making and negotiation processes through a range of relevant ideas, issues and frameworks that will allow for the development of</i>			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 13 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	<i>competencies in making decision and creating value in negotiation.</i>
<b>Silabus Lengkap</b>	Fokus penting dari program ini adalah untuk membangun pemahaman tentang proses pengambilan keputusan dan negosiasi. Mata kuliah ini memberikan pedoman untuk pengambilan keputusan yang efektif yang menghindari kesalahan umum dan jebakan yang tidak terlihat, yang memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan wawasan dan pemahaman tentang sifat pemecahan masalah dan pengambilan keputusan melalui pengenalan berbagai ide yang relevan, masalah dan kerangka kerjanya akan memungkinkan untuk pengembangan kompetensi untuk meningkatkan kemampuan pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. Selain itu, mata kuliah ini juga akan mempersiapkan siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bernegosiasi dan menciptakan situasi <i>win-win</i> dan menyelesaikan konflik secara damai.
	The essential focus of this course is to build an understanding of decision-making and negotiation processes. The course provides guidances for effective decision making that avoid common mistakes and hidden traps, allowing students to develop insights and understanding about the nature of decision-making and negotiation, through an introduction to a range of relevant ideas, issues and frameworks that will allow for the development of competencies to improve their problem solving and decisionmaking processes. This course will also prepare students with knowledge and skills required to negotiate and create win-win situations and to resolve conflicts amicably for all.
<b>Luaran (Outcomes)</b>	The students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explore ways of approaching a range of typical problems and decision situations;</li> <li>• Improve competence in structuring problems;</li> <li>• Thinking and analyzing systemically</li> <li>• Develop analytical skills in data handling and interpretation;</li> <li>• Develop familiarity with typical decision trade-offs &amp; evaluation techniques;</li> <li>• Create and claim values in negotiation</li> <li>• Handling cross-culture issues in international negotiations</li> <li>• Resolving conflicts</li> </ul>
<b>Matakuliah Terkait</b>	-
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Diskusikelompokdankelas, studikasus, <i>role-play</i>
<b>Pustaka</b>	Bazerman, M.H. (1994, 3 <sup>th</sup> ed.). <i>Judgment in Managerial Decision Making</i> . New York: Wiley. (Pustaka utama)
	Goodwin, P., & Wright, G. (2004). <i>Decision Analysis for Management Judgment</i> . Chichester, UK: Wiley. (Pustaka utama)
	Kepner, C. & Tregoe, B. (1997). <i>The New Rational Manager</i> . Princeton Press (Pustaka Utama)
	Falcão, H. (2010). <i>Value Negotiation: How to Finally Get the Win-Win Right</i> . Singapore: Pearson Education Centre. (Pustaka utama)
	Fisher, R., & Ury, W. (1991, 2nd ed.). <i>Getting to Yes</i> . New York: Penguin Books USA Inc. (Pustaka utama)
	Lax, D.A. & Sebenius, J.K. (2006). <i>3-D Negotiation: Playing the Whole Game</i> , Harvard Business Review (Pustaka utama)
	Bazerman, M.H. & Neale, M.A. (1992). <i>Negotiating Rationally</i> . New York: Free Press. (Pustaka pendukung)
	Lindgren M. & Bandhold, H. (2009) <i>Scenario Planning: the Link Between Future and Strategy</i> . Palgrave MacMillan, New York. (Pustaka pendukung)
	Thompson, L. (2005). <i>The Mind and Heart of the Negotiator</i> . New Jersey: Pearson Education Inc. (Pustaka utama).
	Lax, D.A. & Sebenius, J.K. (2006). <i>3-D Negotiation: Powerful Tools to Change the Game in Your Most Important Deals</i> , Harvard Business School Press (Pustaka pendukung)
	Dixit, A. and B. Nalebuff (1993) <i>Thinking Strategically: The Competitive Edge in Business, Politics, and Everyday Life</i>
	L. Fang, K. W. Hipel, and D. M. Kilgour (1993) <i>Interactive Decision Making</i>
	Dixit, A., Skeath, S. and D.H. Reiley (2005) <i>Games of Strategy</i> .
	Anderson, V. and Lauren Johson, <i>Systems Thinking Basics : From Concepts to Causal Loops</i> , Pegasus Communications, Inc., 1997.
Sterman, J., <i>Business Dynamics</i> , McGraw-Hill, 2004	
<b>Panduan Penilaian</b>	Tugas individu dan kelompok, partisipasi di kelas, ujian
<b>Catatan Tambahan</b>	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to Decision Making	Rational Framework Heuristics & intuitive Biases and traps	Understanding ways of making decisions, their uses considering the situation and awareness to potential biases and traps	Bazerman, M.H. (1994). Chapters 1 and 2). Hammond, J., Keeney, R. & Raiffa, H. (2003). <i>The Hidden Traps in Decision Making</i> . <i>Harvard Business Review</i> .

	Decision Making Processes	Introduction to problem solving and decision making processes	Understanding on the patterns of thinking in solving a problem	Goodwin, P. & Wright, P. (2004)Chapter 1 and 2. Kepner, C. &Tregoe, B. (1997) Chapter 1.
2	Decision Making Process - Situation Appraisal	Analyzing situation and making priority	Ability to recognize situations that require action, to break apart overlapping and confusing issues and to set priorities	Kepner, C. &Tregoe, B. (1997) Chapter 7.
	Decision Making Processes - Root cause analysis	Identifying the causes of problem	Ability to identify root cause of a problem using data and facts.	Kepner, C. &Tregoe, B. (1997) Chapter 2. Brian Schramke. Root Cause Analysis – A Systematic Approach
3	Decision Making Process - Decision Analysis using Simple Multi-attribute Rating Technique (SMART)	Stages in SMART analysis, make rating on options, weight of importance	Ability to apply a decision analysis tool to make decision involving multiple options and multiple criteria	Goodwin, P. & Wright, P. (2004)Chapter 3. Demirci et al. Paper on <i>Contractor Selection in the Housing Sector Using the Simple Multi-Attribute Rating Technique</i>
	The analytic hierarchy process (AHP).	Evaluating alternatives using the AHP processes	Ability to apply AHP to make decision involving multiple options and multiple criteria	Goodwin, P. & Wright, P. (2004)Chapters 16.
4	Decision Making Process – Decision Analysis and Potential Problem Analysis using the KT Approach	Evaluating Alternatives using the “Musts” and “Wants”	Ability to apply a KT decision analysis approach to make decision involving multiple options and multiple criteria	Kepner, C. &Tregoe, B. (1997) Chapter 6
	Decision Making Process - Decision Analysis under Uncertainty using Decision Tree	Decision making under uncertainty and revising judgments in the light of new information	Understanding the role of uncertainty in decision making and incorporating uncertainty in a decision analysis	George Wu. (1997). <i>Decision Analysis</i> Goodwin, P. & Wright, P. (2004) Chapter 5, 6, and 8.
5	Decision Making under Limited Time & Information	How to make a decision under limited time and limited information: use of heuristics and intuition	Awareness of role of heuristics and intuition in making decision under limited time, pressure and information.	Goodwin, P., & Wright, G. (2004). Chapter 2. Bazerman, M.H. (1994). Chapters 1 and 2.
	Group Decision Making	Describing and evaluating ways of combining individual judgments to produce ‘improved’ judgments.	Ability to improve decision through group decision making	Goodwin, P. & Wright, P. (2004) Chapter 12.
6	Scenario Planning to Face Uncertain Future		Ability to anticipate possible scenarios that will affect the future of the company/organization	Garvin and Levesque.A Note on Scenario Planning.HBS Case. Goodwin, P. & Wright, P. (2004) Chapter 15
	What is System Thinking?	Sharing experience about the difference between analytic thinking and systemic thinking .	Ability to define complex business problem with systemic approach.	Anderson and Johnson (1997). Serman (2004).
7	Complex Systems		Ability to define complex business problem with systemic approach.	Anderson and Johnson (1997). Serman (2004).
	System Modelling & Simulation	Some case studies in business and management	Understanding on the role of modelling and simulation to solve business problems	Anderson and Johnson (1997). Serman (2004).
8	Key Concepts and Elements of Negotiation	Rational negotiation frameworks, distributive, integrative, 7 elements of value negotiations	Understanding on key concepts and elements of negotiation	Fisher, R., & Ury, W. (1991) Chapters 1 - 5.
	Negotiation Preparation		Ability to apply key concepts of negotiation to prepare for a negotiation	Thompson, L. (2005).Chapters 1 & 2.
9	Distributive negotiation	Claiming value (“Slicing the Pie”) in negotiation	Ability to apply distributive negotiation strategies	Thompson, L. (2005). Chapters 2 & 3.
	Integrative negotiation	Creating value (“Expanding the pie”) in negotiation	Ability to create value and foster a win-win situation	Thompson, L. (2005). Chapter 4
10	Cross-culture negotiation	Understanding key challenges of intercultural negotiation	Understanding on the role of culture in negotiation	Thompson, L. (2005). Chapter 10
	Multiparty Negotiation	Understanding strategies and challenges in multiparty negotiation	Ability to apply appropriate strategies, including coalitions and teams, in multiparty negotiation	Thompson, L. (2005). Chapter 10
11	Agent and Third Parties	Principal-agent negotiation, mediation and arbitration	Understanding the role and influence of agent and third parties in negotiation	Thompson, L. (2005). Chapters 9 & Appendix 3
	3D Negotiation		Awareness and preparation on	Lax, D.A. &Sebenius, J.K.

			three dimensions of negotiation: tactics, deal design and setting	(2006). <i>3-D Negotiation: Playing the Whole Game</i> , Harvard Business Review.
12	Transactional Negotiation	Negotiation preparation in a specific transaction	Ability to prepare for a transactional negotiation	
	Structuring and Negotiating International Transactions		Ability to structure and negotiate an international negotiation	Guest Lecture
13	Merger & Acquisition		Understanding the strategies and tactics in merger and acquisition negotiations	Guest Lecture
	Introduction to Interactive Decision Making		Understanding on interactive decision making and ITS differences to other types of decision making process	Fang, Hipel and Kilgour (1993).Chapter 1. Dixit, Skeath, and Reiley(2005).Chapter.1
14	Thinking About What They're Thinking		Understanding on the concept and techniques for thinking through the game from the positions of the other players, and anticipating their choices	Dixit and Nalebuff (1993).Chapter 3. Dixit, Skeath, and Reiley(2005).Chapter 4.
	Representing Conflicts Using Graph Model		Ability to systematically structure the conflict problem and to resolve the conflict	Fang, Hipel and Kilgour (1993).Chapter 2.
15	Conflict Resolution in practice	Case studies on resolving conflicts		

<MM5010> Kepemimpinan Wirausaha

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5010	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b>	<b>Sifat:</b> [Wajib Prodi]
<b>Nama Matakuliah</b>	[Kepemimpinan Wirausaha] [Entrepreneurial Leadership]			
<b>Silabus Ringkas</b>	[Uraian ringkas silabus matakuliah dalam Bahasa Indonesia (maksimum 30 kata)] [This course is about the role of entrepreneurial people in a company to foster innovation. Students will learn about leading people and how to employ entrepreneurial spirit in a company.]			
<b>Silabus Lengkap</b>	[Uraian lengkap silabus matakuliah dalam Bahasa Indonesia (maksimum 100 kata)] [This course is about the role of entrepreneurial people in a company to foster innovation. Students will learn about working and leading in an organization, about entrepreneurial spirit, and how to employ that spirit in a company. Student will learn about: Working and Leading People in a Company; Types of Entrepreneurial Leaders in the Corporation; The Entrepreneurial Spirit; The Corporate Venturing; Identifying, Evaluating, and Selecting Opportunity; Building the Entrepreneurial Organization.]			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	[Specifically, this course is aiming at: 1. understanding the nature of leading people in an organizations. 2. understanding the characters and roles of corporate-entrepreneurs. 3. developing skills in Corporate venturing.]			
<b>Matakuliah Terkait</b>	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]	[Kode dan Nama Matakuliah]	[Prasyarat, bersamaan, terlarang]
<b>Kegiatan Penunjang</b>	[Praktikum, kerja lapangan, dsb.]			
<b>Pustaka</b>	[Neal Thornberry, Lead Like an Entrepreneur] ([Pustaka utama]) [Zenas Block & Ian C. MacMillan, Corporate Venturing: Creating New Businesses within the Firm] ([Pustaka pendukung]) [Penulis, Judul, Edisi, Penerbit, Tahun terbit] ([Pustaka utama/alternatif/pendukung])			
<b>Panduan Penilaian</b>	[Termasuk jenis dan bentuk penilaian]			
<b>Catatan Tambahan</b>				



Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Transactional Leadership			
2	Transformational Leadership			
3	Servant Leadership			
4	Working at a certain company		Reviewing concept of people behavior in companies	
5	Concept of Corporate Entrepreneurship		Putting the basic of entrepreneurship in companies	
6	Corporate Venturing		Reason in doing Corporate Venturing	
7	Shaping and Organizing Corporate Venturing		Actions in doing Corporate Venturing	
8	Ujian Tengah Semester			
9	Identifying and shaping opportunities in companies		How to manage business opportunities	
10	Process of Business Planning in companies		Business Planning	
11	Type of entrepreneurial leadership – Activist		Identifying types of leadership in entrepreneurship context	
12	Ventures controlling			
13	Survival Guide for Venture Manager			
14	Corporate Entrepreneurship Audit		A tool to diagnose and improve organizational ability to apply the entrepreneurial principals in the organization	
15	Ujian Akhir Semester			

<MM5011> Praktek Manajemen Bisnis

KodeMatakuliah: MM 5011	Bobot SKS: 3	Semester:Ganjil/ Genap	KK / Unit PenanggungJawab:	Sifat:Wajib (Compulsory)
<b>NamaMatakuliah</b>	Praktek Manajemen Bisnis			
	<i>Business Immersion</i>			
<b>SilabusRingkas</b>	Kuliah ini memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa mengenai aktivitas manajemen bisnis di perusahaan dan sikap serta perilaku yang diperlukan dalam rangka menunjang pelaksanaan kegiatan tersebut . <i>This subject delivers practical business experience in real corporate management field and equip students with appropriate and necessary manner and attitude to sustain the activity</i>			
<b>SilabusLengkap</b>	Kegiatan praktek pengalaman bisnis merupakan kuliah wajib bagi mahasiswa <i>Young Professional</i> di program studi MAB ITB. Kuliah ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa mengenai praktek bisnis di lapangan sehingga mereka mengetahui aplikasi konsep dan teori di lapangan serta mampu mengidentifikasi sebuah masalah bisnis dan solusi dari masalah tersebut. Pengetahuan mengenai dinamika bisnis dan tuntutan mengenai sikap dan perilaku yang diharapkan di sebuah perusahaan juga merupakan materi yang ingin dicapai dari kuliah ini. <i>The Business Immersion is a compulsorysubject for ITB MBA Young Professional program students. It is destined to deliver real management practice experience in business practicein order to earn fundamental understanding in business issues, problems and solutions. Knowledge on business dynamics and challenges to expected sufficient positive mental attitude for managerial practice are purposes of this subject.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu melakukan kegiatan manajemen bisnis di perusahaan secara spesifik pada satu bidang atau fungsi bisnis tertentu</li> <li>Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan bisnis dan menerapkan cara-cara yang sistematis untuk memecahkan masalah tersebut</li> <li>Mahasiswa mampu menyampaikan hasil pekerjaannya secara tertulis dan melalui lisan dengan cara mempresentasikan hasil pekerjaannya</li> <li>Mahasiswa mampu mengenali sikap dan perilaku yang diperlukan untuk bekerja di sebuah perusahaan</li> </ol>			
	1. <i>Students are empowered to conduct business management in a company specifically in one particular field or</i>			

	<p><i>business function</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Students are enabled to identify business problems and apply methods systematically to solve them</li> <li>3. Students can present their working reports both written and orally</li> <li>4. Students can attain appropriate manner and attitude necessary in business practice</li> </ol>	
<b>Matakuliah Terkait (Pre-requisites and Co-requisites)</b>	-	
<b>Kegiatan Penunjang</b>		
<b>Pustaka (Textbooks)</b>	The Practice of Management Business Research Methods Business Research Writing Skills Business Presentation/Communication	
<b>Panduan Penilaian</b>	Penilaian dilakukan terhadap presentasi laporan hasil kerja di lapangan dengan komposisi penilaian sebagai berikut: Quality of report (content and format) 50% Quality of presentation 25% Quality of discussion 25%	
<b>Catatan Tambahan</b>		

Mg#	Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Business immersion preparation and company introduction session	Mahasiswa mengenali lingkungan kerjanya, baik di tingkat perusahaan maupun di unit tempat Ia bekerja	Book 1
2-12	Business immersion period	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu melakukan kegiatan manajemen bisnis di perusahaan secara spesifik pada satu bidang atau fungsi bisnis tertentu</li> <li>2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan bisnis dan menerapkan cara-cara yang sistematis untuk memecahkan masalah tersebut</li> <li>3. Mahasiswa mampu mengenali sikap dan perilaku yang diperlukan untuk bekerja di sebuah perusahaan</li> </ol>	Book 1, Book 2
13	Report writing	Mahasiswa mampu menyampaikan hasil pekerjaannya secara tertulis dan melalui lisan dengan cara mempresentasikan hasil pekerjaannya	Book 3
14	Final evaluation		Book 4

### <MM5012> Strategi Bisnis dan Pemodelan Perusahaan

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5012	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> 1 & 2	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Business Strategy dan Marketing	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Strategi Bisnis dan Pemodelan Perusahaan			
	Business Strategy & Enterprise Modelling			
<b>Silabus Ringkas</b>	<p>[Manajemen Strategi adalah suatu konsep di mana manajemen menentukan keputusan dan membuat langkah untuk mencapai objektif performansi dalam jangka panjang. Mata kuliah ini juga bisa dinamakan sebagai Strategi Korporasi dan Bisnis, yang merupakan proses untuk mengeksploitasi kesempatan yang ada di eksternal melalui perubahan dan perbaikan yang terjadi dalam kapabilitas internal yang diketahui sebagai kompetensi utama, serta mendapatkan keunggulan competitive dalam lingkungan ekonomi dan bisnis yang selalu berubah. Manajemen strategi adalah subyek yang mengintegrasikan fungsi-fungsi ekonomi seperti marketing, finance, informasi, sumber daya manusia, teknologi, operasi, dsb., dan mencoba untuk mencari keseimbangan antara jangka pendek dan jangka panjang, internal dan eksternal, serta pertumbuhan dan profit.</p> <p>Mata kuliah business strategi didisain sesuai dengan Program MBA-ITB "Menciptakan Pemimpin dan Wirausaha", serta menggunakan tema: "Strategi yang dinamis dalam Ekonomi yang Baru" di mana mahasiswa akan diberikan konsep dinamik dan yang terakhir dalam manajemen strategi, dan mempelajari pengalaman dari berbagai studi kasus dari perusahaan global maupun local.]</p> <p>[Strategic Management is a concept where management makes a set of decisions and actions for the organisation's long term performances. The subject is also called as <b>Corporate &amp; Business Strategy</b>, the process that exploits the external opportunities with the development of internal capabilities or known as core competencies, and gaining the competitive advantage in an economic and business environment that are dynamically changing. Strategic management is a subject which integrates a company's functions such as marketing, finance, information, human resource, technology, operations, etc., and tries to describe how</p>			

	<p>a company to seek and maintain a balance between short term vs. long term, internal vs. external, and growth vs. profit.</p> <p>The Business Strategy course is designed in line with the MBA-ITB Program which promise “to create Leaders and Entrepreneurs”, and it uses the theme: “<b>Dynamic Strategy in the New Economy</b>” where students will be exposed with the dynamic and latest concepts of strategic management, and learn experiences from a variety of case studies of world class as well as local prominent companies.]</p>
<i>Silabus Lengkap</i>	<p>[Mata kuliah ini memperkenalkan sejumlah konsep teoritis termasuk pandangan pasar dan berbasis sumber daya, pendekatan penciptaan nilai, model dinamika kompetitif, dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sesi kelas akan menekankan pada diskusi terbuka, dan akan menggunakan studi kasus yang berbeda dari berbagai industri untuk menggambarkan isu-isu strategi perusahaan dan bisnis dan melibatkan mahasiswa dalam diskusi yang berorientasi pada aplikasi solusi.</p> <p>Kerangka dasar dari kursus Strategi Bisnis terdiri dari:</p> <p>1. Pemindaian dan Analisis Lingkungan</p> <p>Pada bagian ini, akan dibahas mengenai faktor-faktor yang akan menentukan masa depan organisasi, seperti:</p> <p>a) Perubahan lingkungan global Makro seperti politik, ekonomi, sosial-budaya, teknologi, lingkungan hidup, kependudukan, dan pasukan hukum, yang juga disebut Ekonomi Baru.  b) Analisis Industri seperti Persaingan dan Pasar.  c) Analisis internal seperti sumber daya, pengetahuan, kemampuan, kompetensi inti dan rantai nilai yang dikendalikan oleh organisasi.  d) Strategi dalam konteks kawasan Asia Pasifik.</p> <p>2. Penyusunan Strategi</p> <p>Pada bagian ini, akan dianalisis dan dirumuskan keputusan strategis untuk memperoleh keunggulan kompetitif, seperti:</p> <p>Strategi Perusahaan  a) Diversifikasi Strategi  b) Parenting Strategi  c) Pertumbuhan Strategi, termasuk Aliansi Strategis, Integrasi Vertikal, dan Merger &amp; Akuisisi (M &amp; A)</p> <p>Strategi Bisnis  a) Menetapkan Arah Strategis, Visi, Misi, dan Nilai  b) Analisis Situasional (SWOT)  c) Menentukan Strategi Bisnis, Strategi menggunakan Generik Porter atau konsep-konsep lain seperti Diamond Strategi, Rantai Nilai, dll</p> <p>3. Implementasi Strategi dan Kontrol</p> <p>Pada bagian ini, kita akan memahami bahwa perumusan strategi dan implementasi yang saling bergantung, dan bahwa formulasi yang efektif membutuhkan rincian implementasi memperhitungkan awal proses strategi. Ini akan membahas topik-topik berikut:</p> <p>a) Strategis Kepemimpinan  b) Etika Bisnis Strategi  c) Manajemen Strategis Berkelanjutan  d) Strategis Kewirausahaan]</p> <p>[The course introduces a number of theoretical concepts including market and resource-based view, value creation-based approach, competitive dynamics model, and sustainable competitive advantage. Class sessions will emphasise open discussions of this complex field of inquiry, and the course will use different case studies from various industries to illustrate corporate and business strategy issues and engage students in the discussion of applications oriented solutions.</p> <p>The basic framework of the Business Strategy course consists of the following:</p> <p><b>1. The Environmental Scanning and Analysis</b></p> <p>In this section, we will discuss the factors that will determine the future of the organization, such as:</p> <p>a) The Global Macro Environmental changes such as the politics, economics, socio-culture, technology, environment, demography, and legal forces, which is also called the New Economy.  b) The Industry Analysis such as the Competition and Market.  c) The Internal Analysis such as the resources, knowledge, capabilities, core competencies and value chain that is controlled by the organization.  d) Strategies in the Asia Pacific region context.</p> <p><b>2. The Strategy Formulation</b></p> <p>In this section, we make various analyses and formulate strategic decision to gain competitive advantage, such as:</p>

	<p><b>Corporate Strategy</b></p> <p>a) Diversification Strategy  b) Parenting Strategy  c) Growth Strategy, including Strategic Alliances, Vertical Integration, and Merger &amp; Acquisition (M&amp;A)</p> <p><b>Business Strategy</b></p> <p>a) Establishing Strategic Directions, Vision, Mission, and Values  b) Situational Analysis (SWOT)  c) Deciding the Business Strategies, using the Porter's Generic Strategy or many other concepts like the Strategy Diamond, Value Chain, etc.</p> <p><b>3. The Strategy Implementation and Control</b></p> <p>In this section, we will understand that strategy formulation and implementation are interdependent, and that effective formulation takes implementation details into account early in the strategy process. It will discuss the following topics:</p> <p>a) Strategic Leadership  b) Ethical Business Strategies  c) Sustainable Strategic Management  d) Strategic Entrepreneurship</p>	
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<p>[After completing the course the student will obtain knowledge and skill to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Be able to identify, analyse, and diagnose the internal and external business organisation in relation to the strategic formulation;</li> <li>2. Be able to formulate the corporate and business strategy and the company's policy in adapting to the environmental changes;</li> <li>3. Be able to implement the formulated strategy, or be able to transform the strategy into reality;</li> <li>4. Be able to evaluate and control the strategy implementation. ]</li> </ol>	
<b>Matakuliah Terkait</b>	[Marketing Management, Financial Management]	[Prasyarat]
	[Operations Management, People in Organization]	[Prasyarat]
<b>Kegiatan Penunjang</b>	[Diskusi Group Sindikat]	
<b>Pustaka</b>	<p><b>Required Textbook</b></p> <p>RTB 1 Ireland, R. D.; R. E. Hoskisson &amp; M. A. Hitt (2011). <i>The Management of Strategy: Conc</i> Cengage Learning.</p> <p>RTB 2 Wheelen, T.L. &amp; Hunger, J.D. (2010). <i>Strategic Management and Business Policy: Achieving</i> <i>Sustainability</i>, 12<sup>th</sup> Edition, Pearson.</p> <p>RTB 3 Osterwalder, A., Pigneur, Y., &amp; Smith, A., <i>Business Model Generation</i>, 2009</p> <p><b>Reading Materials</b></p> <p>RM-1 Porter, M. E. (1996). "What is Strategy?", <i>Harvard Business Review</i>, November-December.</p> <p>RM-2 Collis, D. J. &amp; M. G. Rukstad (2008). "Can You Say What Your Strategy Is?", <i>Harvard Bus</i></p> <p>RM-3 Hambrick, D. C. &amp; J. W. Fredrickson (2001). "Are You Sure You Have a Strategy?", <i>Acade</i></p> <p>RM-4 Biediger, J. et al. (2005). "Strategic Action at Lenovo", <i>Organizational Dynamics</i>, 34(1).</p> <p>RM-5 <b>Al-Ghamdi, S. M. &amp; M. S. Sohail (2007). "Sustaining Competitive Advantage in the Glo</b> <b>Arabian Perspective", <i>Journal of International Business &amp; Entrepreneurship Developme</i></b></p> <p>RM-6 Gordon, J. R. M.; P. M. Lee &amp; H. C. Lucas Jr. (2005). "A Resource-Based View of Compete</p> <p><i>Journal of Strategic Information Systems</i>, 14.</p> <p>RM-7 Heracleous, L. &amp; J. Wirtz (2010). "Singapore Airlines' Balancing Act", <i>Harvard Business R</i></p> <p>RM-8 Iatrou, K. &amp; F. Alamdari (2005). "The Empirical Analysis of the Impact of Alliances on Air</p> <p><i>Management</i>, 11.</p> <p>RM-9 Dieleman, M. &amp; W. Sachs (2008). "Coevolution of Institutions and Corporations in Emergin</p> <p>into an Institution of Suharto's Crony Regime", <i>Journal of Management Studies</i>, 45(7).</p> <p>RM-10 Rugman, A. M. &amp; C. H. Oh (2008). "The International Competitiveness of Asian Firms", <i>Jo</i></p> <p>RM-11 Lubin, D. A. &amp; D. C. Esty (2010). "The Sustainability Imperative", <i>Harvard Business Revi</i></p> <p>RM-12 Garvin, D. A. &amp; L. C. Levesque (2008). "The Multiunit Enterprise", <i>Harvard Business Revi</i></p> <p>RM-13 Pontiskoski, E. &amp; K. Asakawa (2010). "Overcoming Barriers to Open Innovation at Apple, N</p> <p><i>of Social Sciences</i>, 5(1).</p>	
	<b>Case Study Lists</b>	

	<p>CS-1 Nintendo's Disruptive Strategy: Implications for the Video Game Industry [Ireland et al. (2011), Case #15]</p> <p>CS-2 Blue Ocean Strategy a Henkel [Ireland et al. (2011), Case #16]</p> <p>CS-3 Oasis Hong Kong Airlines: The First Long-Haul, Low-Cost Airliner in Asia [Ireland et al. (2011), Case #17]</p> <p>CS-4 TNK-BP (Rusia) 2008 [Ireland et al. (2011), Case #20]</p> <p>CS-5 Citibank's E-Business Strategy for Global Corporate Banking [Ireland et al. (2011), Case #18]</p> <p>CS-6 International Equity Placement Strategic Alliance: Indosat [Wandebori (2011)]</p> <p>CS-7 International Equity Placement Strategic Alliance: Semen Gresik [Wandebori (2011)]</p> <p>CS-8 Accounting at Biovail [Ireland et al. (2011), Case #19]</p> <p>CS-9 Nucor in 2009 [Ireland et al. (2011), Case #18]</p> <p>CS-10 Apple Computer, Inc.: Maintaining the Music Business While Introducing iPhone and Apple TV [Ireland et al. (2011), Case #17]</p>
<b>Panduan Penilaian</b>	<p><b>In order to succeed in the course, you have to:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understanding and participating the lecturing process in accordance with this course guideline.</li> <li>2. Attending the course and discussing the cases with enthusiasm without being absence.</li> <li>3. Undertaking the individual and group preparations. In order to understand the cases, students should <b>read and discuss the supporting materials</b> within the group.</li> <li>4. Raising questions and having discussions with the lecturer.</li> <li>5. <b>Reading other relevant chapters/articles prior to attending the class.</b></li> <li>6. Accessing Internet to increase and widen the understanding of the course materials.</li> </ol> <p><b>The learning method of cases</b> In order for you to successfully learn with method of cases, you need to have ample preparations as follows:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Individual preparation: understanding cases and reading materials = 3.0 hours</li> <li>2. Group preparation: case discussion and reading materials = 1.5 hours</li> <li>3. Case discussion at class = 1.5 hours]</li> </ol>
<b>Catatan Tambahan</b>	

<MM5013> Manajemen Pengetahuan Inovasi

Kode Matakuliah	Bobot SKS = 3	Semester Ganji/Genap	KK/Unit Penanggung Jawab: PKM	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Manajemen Pengetahuan Inovasi			
	Knowledge Innovation Management			
Silabus Ringkas	<p>Matakuliah ini membangun pola pikir tentang pentingnya pengetahuan dalam membangun inovasi, serta memberikan pengetahuan dan keterampilan menggunakan metoda dan teknologi untuk mengelola pengetahuan serta melahirkan temuan dan inovasi.</p> <p><i>This course provides to develop student mind set about the important of knowledget drive innovation, and improve students with knowledge and skills to manage knowledge and innovation development processes.</i></p>			
Silabus Lengkap	<p>Manajemen Pengetahuan Inovasi fokus pada pembentukn pemahaman akan pentingnya unsur manusia, kepemimpinan dan organisasi pembelajar, sebagai unsur penting dalam penciptaan pengetahuan dan inovasi, untuk meningkatkan efektifitas organisasi. Lebih spesifik, sasaran mata kuliah Manajemen Pengetahuan dan Inovasi adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Melalui proses pembelajaran dengan metoda membaca, presentasi dan diskusi praktis, diharapkan mahasiswa bisa mengerti dan paham tentang konsep, peralatan dan proses implementasi Manajemen Pengetahuan dan Inovasi dalam praktek.</li> <li>➤ Melalui proses pembelajaran presentasi, diskusi praktis dan analisis studi kasus/artikel/ serta ringkasan materi kuliah, diharapkan mahasiswa akan</li> </ul>			

	<p>mengerti dan mampu untuk mengaplikasikan, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan/menemukan pengetahuan baru serta proses inovasi dalam sebuah perusahaan.</p> <p><i>In the broadest perspective, the goals of this course is to assist you to recognize and to better understand human capital and leader behavior in learning organization context, as a foundation of Knowledge Innovation (KI) and impact to the organizational effectiveness. More specific goals include:</i></p> <p>➤ <i>Through the readings, presentation and discussions on practices, will demonstrate student to understanding of Knowledge Innovation concepts, tools and implementation process;</i></p> <p>➤ <i>Through presentation, discussions, case analysis, articles/case and course summary, will demonstrate the students to understanding and abilities to applying, analyzing, evaluating and creating of Knowledge Innovation in corporate;</i></p>
Luaran ( <i>outcome</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki pemahaman tentang konsep dan alat-alat dari Manajemen Pengetahuan Inovasi</li> <li>Memiliki keterampilan untuk melakukan analisis dan evaluasi kondisi/kualitas parktek dari Manajemen Pengetahuan Inovasi.</li> <li>Memiliki keterampilan untuk menyusun Perencanaan, Strategi, dan mengaplikasikan konsep Manajemen Pengetahuan Inovasi dalam parktek.</li> </ol>
Mata Kuliah Terkait	Kepemimpinan Bisnis Manajemen Perilaku Organisasi Manajemen Manusia
Kegiatan penunjang	Dosen tamu, Role Playing
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jann Hidajat (2006), "Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar", SBM-ITB</li> <li>Collison, Chris and Parcel, Geoff (2006), "Learning to Fly" Capstone Publishing Limited (A Wiley Co.).</li> <li>Dogson, M., Gann, D., &amp; Salter, A. (2008), "The Management of Technological Innovation", Oxford.</li> <li>Christensen, C.M. (2011), "The Innovator's DNA: Mastering The Five Skills of Disruptive Innovators", Harvard Business Review Press.</li> </ol>
Panduan Penilaian	<ol style="list-style-type: none"> <li>Individual Quiz and Assigment ..... 30%</li> <li>Individual Class Participation and Discussion .... 30%</li> <li>Group Assignment and Participation ..... 20%</li> <li>Ujian Akhir ..... 20%</li> </ol>
Catatan Tambahan	

MG	OUTCOME	ACTIVITIES	PREPARATION	EVALUATION
1	Explaining ideas or concepts: Interpreting, summarising, paraphrasing, classifying, explaining of KI Framework and explaining what, why and how KI work	<ul style="list-style-type: none"> <li>Class Management</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Read syllabus</li> <li>Read leturing-1</li> </ul>	
2		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Lecturing-1:</b> Knowledge Innovation: The What, Why and KI Framework</li> </ul>		
3	Explain and apply the KI development processes in another	<u>Case-1:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>Group-1: KI in Astra Int</li> </ol>	case summary	<ul style="list-style-type: none"> <li>Group presenta-tion &amp; discussion</li> </ul>

4	familiar situation (B4)	2. Group-2: KI in Unilever 3. Group-3: KI in Toyota Int 4. Group-4: KI in Xerox 5. Group-5: KI in Monsanto 6. Group-6: or KI at BP		➤ Class discussion ➤ Quiz-1
5	Explain and apply the process of creating and deploying knowledge innovation in another familiar situation (B4)	<b>Lecturing-2:</b> KI Development Process	➤ Read leturing-2 ➤ Read cases and prepare for interactive discussion, be focused on idea generation, creativity invention	➤ Group preparation and discussion ➤ Class Role Playing ➤ Class discussion ➤ Quiz-2
6		Guest Lecturing: Product/process Invention		
7		<b>Role Playing-1:</b> on KI Development Processes		
8		<b>Case-2: Knowledge Invention and Innovation Process</b>		
9				
10				
11	Justifying a decision or course of action: Checking, hypothesising, critiquing, experimenting, judging of KI Strategic and Planning in practice	<b>Lecturing-3:</b> Innovation Strategy	➤ Read leturing-3 and 4 ➤ Read cases and prepare for interactive discussion, be focused on how to manage innovation process	➤ Group preparation and discussion ➤ Class discussion ➤ Quiz-3
12		<b>Case-3 :</b> Linking Strategy and Innovation		
13		Guest Lecturing: KI Planning and Implementation		
14		<b>Lecturing-4:</b> KI Planning		
15				
16				
17				

18	Checking, critiquing, judging of KI Implementation	Lecturing-5: KI Measurement and Evaluation	➤ Read leturing-5 ➤ Be focused on KI Evaluation	➤ Group preparation and discussion ➤ Class discussion ➤ Quiz-4
19		Case-5: KI Evaluation		
20				
21	Explain, diagnose, interpret and manage the influence of knowledge workers, leadership, corporate culture, system and technology to the effectiveness of knowledge invention and innovation. (B6).	Lecturing-5: Business model and Innovation	➤ Read Syllabus ➤ Read Lecturing 5,6,7 ➤ Read cases and prepare for interactive discussion, be focused on Change Management and how to manage complex innovation	➤ Group preparation and discussion ➤ Class discussion ➤ Quiz-5
22		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business model &amp; innovation</li> <li>• Role playing-2</li> </ul>		
23		Lecturing-6: Change Management		
24		Case-6: Change Management		
25		Lecturing-7: Managing Complex Innovation		
26		Case-7: Managing Complex Innovation		
27				
28				
29	Generating new ideas, process, products, or ways of viewing things: Designing, constructing, planning, producing, inventing of Innovation in practice	Presentation on Evaluation and Propose Improvement Plan of KI implementation in company	Company case	Final Exam
30				

<MM5014> Manajemen Teknologi

Kode Matakuliah: MM5008	Bobot sks: 3	Semester: I dan II	KK / Unit Penanggung Jawab:ETM	Sifat: Wajib
Nama Matakuliah	Manajemen Teknologi			
	Management of Technology			
Silabus Ringkas	Manajemen Teknologi membahas pentingnya teknologi dan inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan mempelajari praktik yang baik ( <i>good practices</i> ) di perusahaan-perusahaan internasional dalam berinovasi.			
	The purpose of this course is to analyze the central importance of business innovation and technology for competitiveness and to learn about international good practice in managing business innovation.			
Silabus Lengkap	Kuliah ini dibangun untuk mengembangkan pemahaman mengenai kerumitan dan ketidakpastian dari proses inovasi. Kuliah ini menggunakan hasil-hasil penelitian terkini di dunia. Hal-hal yang dibahas meliputi: ekonomi dan dampak dari inovasi, strategi inovasi, pendanaan, proses komersialisasi dari inovasi, R&D dan kolaborasi teknologi, keberlangsungan bisnis dan membangun bisnis dari ilmu pengetahuan.			
	The course is built around developing an understanding of the complexities and uncertainties of innovation process. It utilizes the results of leading research around the world. Issued to be studied include : economics and impact of technological innovation, innovation strategy, financing, process and commercialization of technological innovation, managing creative teams, R&D and technological collaboration, business sustainability, and building business from sciences.			
Luaran (Outcomes)	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai: 4. Pentingnya teknologi dan inovasi bisnis			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 24 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		



	5. Kompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah 6. Kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif
<i>Matakuliah Terkait</i>	- -
<i>Kegiatan Penunjang</i>	Kunjungan ke industri/perusahaan, kuliah tamu oleh praktisi inovasi bisnis
<i>Pustaka</i>	Dodgson, M., David Gann, Ammon Salter (2008), "The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice". Oxford University Press, New York. (Pustaka utama)
	Ettlie, John E., (2006), "Managing Innovation: New Technology, New Products, and New Services in a Global Economy", Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford. (Pustaka alternatif)
	Berbagai makalah dari jurnal-jurnal ternama. (Pustaka pendukung)
<i>Panduan Penilaian</i>	- Partisipasi kelas - 10% - Tugas pribadi - 10% - Tugas kelompok dan presentasi - 15% - Ujian Tengah Semester - 30% - Ujian Akhir Semester – 35%
<i>Catatan Tambahan</i>	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	- Perkenalan dan pengantar kuliah - Ekonomi dari inovasi bisnis	Topik minggu ini membahas dampak inovasi terhadap daya saing dan profitabilitas perusahaan.	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya teknologi dan inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) –bab I dan II
2	Kreativitas dan inovasi	Membahas peran kreativitas dan strategi inovasi untuk menciptakan keunggulan daya saing	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya kreativitas dan inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab III - Kasus bisnis: Finland and Nokia: creating the World's Most Competitive Economy
3	Strategi inovasi	Membahas cara perusahaan mendapatkan manfaat ( <i>value</i> ) ekonomidari inovasi dengan hak kekayaan intelektual	Mahasiswa diharapkan dapat memahami pentingnya teknologi dan inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab IV - Kasus bisnis: Marketing Technological Innovation (HBR)
4	Proses teknologi inovasi	Membahas proses inovasi dalam skala lokal dan global, bagaimana mengelola tim inovasi dan kreatif	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenaikompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab III dengan fokus pada generasi inovasi kelima - Kasus bisnis: Is your innovation process global? (HBR)
5	Pendanaan dan pembiayaan inovasi	Membahas aspek-aspek dalam pendanaan inovasi dan bagaimana mendanai inovasi pada masa situasi ekonomi yang sulit sekalipun.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenaikompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	Kasus bisnis: Financing innovation in tough times (Rowan Gibson, 2009) Intangible assets: innovative financing for innovation (Jarboe and Ellis, 2010) The financing of innovation (Hall, 2005)
Ujian Tengah Semester				
6	Pengembangan produk baru	Membahas pengembangan produk baru dalam sebuah perusahaan	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenaikompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab VI - Kasus bisnis: The Era of Open Innovation (Chesbrough, 2003)
7	Tantangan dalam mengelola kolaborasi dalam berinovasi	Kolaborasi menjadi kebutuhan dalam menjawab kesulitan dalam berinovasi. Topik ini membahas berbagai tantangan dalam kolaborasi tersebut.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenaikompleksitas dari proses inovasi dan bagaimana ia selalu berubah	- Management of Technological Innovation (Dodgson, Gann & Salter, 2007) – bab V - Kasus bisnis: Radical Collaboration (IBM, 2008)
8	Managing teknologi dan inovasi untuk keberlangsungan bisnis	Membahas mengapa keberlangsungan ( <i>sustainability</i> ) menjadi kunci pendorong inovasi	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	- Kasus bisnis: The Sustainability Imperative (Lubin and Esty, 2010) - Why sustainability is now the key driver of innovation by Nidumolu, Prahalad, and Rangaswami (2009) - HBR
9	Komersialisasi teknologi	Membahas komersialisasi teknologi menjadi bisnis.	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	- Asian Development Bank Working Paper - Journal Innovation: Management, Policy and Practice
10	Interaksi Bisnis – Universitas – Pemerintah dalam inovasi	Membahas interaksi dan kerjasama antara bisnis, pemerintah dan universitas dalam mendorong inovasi	Mahasiswa diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kerangka analitis dan praktis untuk mendukung manajemen inovasi yang efektif	Makalah ( <i>papers</i> ) dari berbagai jurnal.
Ujian Akhir Semester				

### <MM5015> Inisiasi Bisnis

<b>KodeMatakuliah:</b> MM 5015	<b>BobotSKS:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> ManajemenTeknologiKewirausahaan (ETM)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>NamaMatakuliah</b>	InisiasiBisnis			
	Business Initiation			
<b>SilabusRingkas</b>	Energiinisiasimerupakan kemampuanmelakukangebrakanuntukmemulaisesuatu yang baru, haltersebutdibutuhkandalammemulaisuatubisnis. Kemampuanini dapatmunculdalamdirisetipindividu. Sehubungandenganhaltersebut,kuliahini disusununtukmerancangdanmengidentifikasi peluangpasar, dilanjutkandenganperencanaan danmemulaibisnisbaru. Bahasan kuliahini mencakup evaluasi peluang, kewirausahaan, rencanabisnis, pengenalanpasar dan pembiayaan bisnis.			
	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. This course includes identifying and measuring			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 26 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	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.	
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini ditunjukkan bagi mahasiswa yang ingin memulaidan mengembangkan usahanya secara mandiri. Pada kuliah ini mahasiswa akan menerapkan teori dan konsep yang didapat dari perkuliahan di kelas dan pengalaman berbisnis di dunianya. Mahasiswa dapat melakukan bisnis secara individu maupun kelompok dengan segala konsekuensi operasional, manajerial dan finansial. Metode pembelajaran dalam kuliah ini didominasi oleh kuliah lapangan yang memungkinkan mahasiswa untuk terlibat langsung dalam proses inisiasi bisnis. Selama perkuliahan mahasiswa akan dibimbing oleh dosen yang bersangkutan dan mentor bisnis. Pada akhir perkuliahan mahasiswa wajib membuat presentasi mengenai kemajuan bisnisnya.	
	This Course 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 their own business. In this course, students will implement theories and concepts gained from class in the real business world. Students can work independently or build a team which will evaluate business opportunities and run them with all consequences, financially, operationally, and managerial. At the end of this course, students will do a presentation, in writing and orally. Business Initiation course has more time in field work compare to in class study. Students will discover and explore the opportunities that will become their business. During the course, students will experience in launching their own business and tutors may suggest just to make sure that the students are going on the right track.	
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Setelah mengikuti kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat memahami dan menjawab tantangan dalam merencanakan dan memulai suatu bisnis baru. Selain itu mahasiswa mampu menentukan target pasar, strategi penetrasi pasar dan strategi pendekatan terhadap pelanggan/konsumen.	
<b>Mata kuliah Terkait</b>	Praktik Inovasi	Prasyarat
	Perencanaan Bisnis	Prasyarat
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kuliah tatap muka dan mentoring kewirausahaan	
<b>Pustaka</b>	American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1.	
	American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.2	
	Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 <sup>st</sup> Century, 7 <sup>th</sup> Ed., McGrawHill	
	Kawasaki, G., (2004), The Art of The Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio	
<b>Panduan Penilaian</b>	Aktivitas bisnis/ Capaian kemajuan bisnis (50%) Partisipasi/keaktifan (20%) Progres kemajuan bisnis (30%)	
<b>Catatan Tambahan</b>	-	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Evaluasi Peluang	- Uji kelayakan peluang dengan metoda 3M - Studi kasus: Produk spesifik dan penawaran jasa	Mahasiswa mampu menguji peluang dengan menganalisis ukuran pasar, permintaan pasar dan analisis margin.	- American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1. - Timmons, J.A. & S. Spinelli. (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 <sup>st</sup> Century, 7 <sup>th</sup> Ed., McGrawHill
2	Analisis survey pasar	Meninjau kebutuhan dan kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan. Mengenali kompetitor dan mengetahui posisi bisnis berdasarkan ukuran pasar.	Mahasiswa mampu menerapkan dan memperbaiki bisnis berdasarkan masukan dari mentor bisnis, sehingga diperolehbisnis yang lebih baik dan berkembang. Mahasiswa mampu mengenali kompetitor yang merupakan pemain lama dan baru. Selain itu mahasiswa diharapkan dapat mengetahui posisi bisnisnya berdasarkan analisis ukuran pasar.	- American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol.2 - Kawasaki, G., (2004), The Art of The Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio
3	Analisis Rencana Bisnis	Peninjauan ulang rencana bisnis "business plan" berdasarkan hasil analisis survey pasar	Mahasiswa diharapkan mampu memperbaiki rencana bisnis berdasarkan ukuran pasar dan permintaan pasar sehingga dihasilkan rencana bisnis yang lebih matang.	- American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1. - American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 2
4	Mentoring Bisnis I: Rencana Bisnis	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa mampu memperbaiki rencana bisnis berdasarkan saran dari mentor	Mentor Bisnis
5	Mentoring Bisnis II: Rencana Bisnis	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa mampu memperbaiki rencana bisnis berdasarkan saran dari mentor	Mentor Bisnis
6	Ujian Tengah Semester (Presentasi Kemajuan Bisnis)			
7	Memulai Bisnis I	Penentuan lokasi bisnis	Mahasiswa mampu menentukan lokasi bisnis yang sesuai dan menunjang kemajuan bisnis.	- American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small

				Business Vol. 1. - American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 2
8	Memulai Bisnis II	Perencanaan pembiayaan	Mahasiswa mampu merencanakan keuangan dengan pertimbangan resiko keuangan yang mungkin dihadapi	-American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1. - American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 2
9	Memulai Bisnis III	<b>Disain brand, pendaftaran hak cipta/paten dan kebijakan publik.</b>	Mahasiswa mampu menentukan brand yang digunakan untuk merepresentasikan produk/jasa yang ditawarkan dan mengetahui proses pendaftaran HAKI.	-American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1. - American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 2
10	Mentoring Bisnis	Kemajuan bisnis	Mahasiswa mampu memaparkan kemajuan bisnis yang dijalaninya.	Mentor Bisnis
11	Mentoring Bisnis	Kemajuan bisnis	Mahasiswa mampu memaparkan kemajuan bisnis yang dijalaninya.	Mentor Bisnis
12	Ujian Akhir semester (Presentasi Kemajuan Bisnis)			

<MM5016) Manajemen Usaha Baru

<b>Kode Matakuliah:</b> MM5016	<b>Bobot SKS:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Manajemen Teknologi Kewirausahaan (ETM)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Usaha Baru New Venture Management			
<b>Silabus Ringkas</b>	Manajemen usaha baru merupakan kuliah lanjutan dari matakuliah perencanaan usaha baru. Kuliah ini memberikan wawasan dalam mengelola bisnis yang sukses dengan keterampilan manajemen yang baik dan beretika. New Venture Management is the continuation course from the New Venture Planning course. It is a course about knowledge to manage a success business with good business management skills and ethics.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Sebagian besar aktivitas perkuliahan akan dilaksanakan dengan kegiatan mentoring dalam memulaidan mengembangkan bisnis yang telah direncanakan pada perkuliahan perencanaan usaha baru. Dalam perkuliahan ini mahasiswa akan melakukan kunjungan ke bengkel/workshop para wirausaha yang dimaksudkan agar mahasiswa dapat membiasakan diri dengan atmosfer wirausaha. Kuliah ini berfokus pada evaluasi aktivitas usaha, pengembangan dan potensi usaha baru. Pada setiap usaha yang dijalankan akan dibahas 5 cakupan yang meliputi pendalaman analisis pasar, disain produk/jasa, pengembangan penjualan dan promosi pemasaran, analisis kebutuhan sumberdaya dan peramalan keuangan yang realistis. This class will be conducted mostly in the field work with mentor to initiate & develop their businesses based on the plan they had made on New Venture Planning. Students will conduct visit to entrepreneurs / businesses. These visits are intended to make students get familiar with business environment. This course focuses on the evaluation, development and potential launch of a new business. For each business, five key issues are addressed: in-depth market analysis, product or service design, development of a sales and marketing campaign, assessment of human resource requirements and building a realistic financial forecast.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Setelah mengikuti kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat memahami dan menjawab tantangan dalam merencanakan dan memulai suatu bisnis baru dan menjadi wirausaha yang sukses.			
<b>Matakuliah Terkait</b>	Perencanaan Bisnis Baru	Prasyarat		
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Mentoring, kunjungan lapangan dan kuliah tatap muka			
<b>Pustaka</b>	Timmons and Spinelli (2007) : New Venture Creation Kawasaki, G., (2004), The Art of The Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio			
<b>Panduan Penilaian</b>	Aktivitas bisnis/ Capaian kemajuan bisnis (50%) Presentasi (50%)			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan dan Hukum Persyaratan Usaha	-Hukum dan persyaratan membuka usaha (diskusi dan presentasi)	-Mahasiswa mengetahui persyaratan dalam menjalankan usaha baru secara hukum.	-Timmons and Spinelli (2007) : New Venture Creation - Mentor bisnis
2	Marketing dan Penjualan	-Strategi Marketing yang tepat untuk memenuhi target penjualan (diskusi dan presentasi)	Mahasiswa mampu menentukan strategi marketing yang	-Timmons and Spinelli (2007) : New Venture Creation - Mentor bisnis

			tepat dan dapat meningkatkan penjualan.	
3	Evaluasi Produk dan Jasa	- Analisis produk berdasarkan ukuran pasar, permintaan pasar dan analisis margin (Mentoring bisnis)	Mahasiswa mampu menganalisis kelebihan dan kelemahan produk/jasa yang akan diluncurkan dan memperbaiki sesuai saran dari mentor.	Mentor Bisnis
4	<b>Ujian Tengah Semester</b>			
5	Mentoring Bisnis I: Evaluasi <i>Supplier</i>	Saran dan kritik mentor terhadap dukungan <i>supplier</i>	Mahasiswa mampu memperbaiki proses bisnis sesuai saran dan kritik mentor	Mentor Bisnis
6	Mentoring Bisnis I: Analisis Keuangan	Saran dan kritik mentor terhadap pengelolaan <i>cash flow, profit loss statement</i>	Mahasiswa mampu memperbaiki dan mengembangkan proses pengelolaan keuangan sesuai saran dan kritik mentor	Mentor Bisnis
7	Mentoring Bisnis I: Sumber Daya	Saran dan kritik mentor terhadap pengelolaan dan pengorganisasian sumber daya	Mahasiswa mampu memperbaiki dan mengembangkan pengelolaan dan pengorganisasian sumber daya yang dimilikinya.	- Kawasaki, G., (2004), The Art of The Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio. -Mentor Bisnis
8	Kunjungan Lapangan	Proses bisnis yang dijalankan oleh Wirausaha	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis yang berjalan dan mengenali atmosfer kewirausahaan.	Mentor Bisnis
9	Laporan Kemajuan Bisnis I	<b>Laporan kemajuan bisnis setiap mahasiswa</b>	Mahasiswa mampu melaporkan kemajuan dan ambisi nyadan menyempurnakan sesuai saran mentor	Mentor bisnis
10	Laporan Kemajuan Bisnis II	<b>Laporan kemajuan bisnis setiap mahasiswa</b>	Mahasiswa mampu melaporkan kemajuan dan ambisi nyadan menyempurnakan sesuai saran mentor	Mentor bisnis
11	Kunjungan Lapangan	Proses bisnis yang dijalankan oleh Wirausaha	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis yang berjalan dan mengenali atmosfer kewirausahaan.	Mentor Bisnis
12	<b>Ujian Akhir semester (Presentasi progress Akhir Bisnis)</b>			

<MM5017> Manajemen Pertumbuhan Bisnis

<b>Kode Matakuliah:</b> MM5017	<b>Bobot SKS:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Manajemen Teknologi Kewirausahaan (ETM)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Pertumbuhan Bisnis Business Growth Management			
<b>Silabus Ringkas</b>	Manajemen Pertumbuhan bisnis merupakan kuliah lanjutan dari Perencanaan Usaha Baru dan Manajemen Usaha baru. Kuliah ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan. Business Growth Management is the continuation course from New Venture Planning and New Venture Management. This course is intended to provide knowledge to students in growing their ongoing businesses.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Sebagian besar perkuliahan ini akan dilakukan dengan kegiatan lapangan yang dibimbing oleh para mentor yang merupakan praktisi maupun wirausaha. Setiap mahasiswa diharapkan dapat memahami dan menjalankan secara langsung tantangan dalam berbisnis dan melakukan upaya agar bisnis tersebut dapat terus berkembang. Mahasiswa akan saling bertukar pengalaman dan memulai diskusi untuk saling memberikan perbaikan. Dalam kegiatan ini akan dilakukan berbagai kunjungan ke perusahaan yang telah stabil. This class will be conducted mostly in the field work with mentor to develop their businesses they start on New Venture Management. Every student has to understand and experience challenges in business and ways to grow them. Students will share their experience in class and lecturer will lead discussions about it. Students will conduct a visit to local, well established companies			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Setelah mengikuti kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat: - Mengetahui jenis bisnis yang dilakukan dan tahapan yang harus dilakukan dalam mengupayakan keberlanjutan usahanya - Mahasiswa diharapkan mampu membangun dan memperluas usahanya.			
<b>Matakuliah Terkait</b>	Perencanaan Usaha Baru	Prasyarat		
	Manajemen Usaha baru	Prasyarat		

<i>Kegiatan Penunjang</i>	Kuliahtatap mukadantutoring kewirausahaan
<i>Pustaka</i>	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
<i>Panduan Penilaian</i>	Aktivitas bisnis/ Capaian kemajuan bisnis (50%) Presentasi (50%)
<i>Catatan Tambahan</i>	-

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pendahuluan dan Pemahaman bidang bisnis dan Pengembangannya	Pemahaman jenis bisnis dan cara yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis tersebut	Mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi dan merencanakan pengembangan bisnis yang dijalannya.	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
2	Laporan Kemajuan Bisnis	Laporan kemajuan bisnis rencana pengembangan yang telah didapat sebelumnya.	Mahasiswa mampu menerapkan dan memperbaiki bisnis berdasarkan masukan dari mentor bisnis, sehingga diperoleh bisnis yang lebih baik dan berkembang.	Mentor Bisnis
3	Minat dan Bakat di dalam bisnis	Keterkaitan minat dan bakat dalam pengembangan bisnis untuk keberlanjutan.	Mahasiswa diharapkan dapat melibatkan minat dan bakat personal dalam mengembangkan bisnis.	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
4	Laporan Kemajuan Bisnis	Laporan kemajuan bisnis rencana pengembangan yang telah didapat sebelumnya.	Mahasiswa mampu menerapkan dan memperbaiki bisnis berdasarkan masukan dari mentor bisnis, sehingga diperoleh bisnis yang lebih baik dan berkembang.	Mentor Bisnis
5	Rencana Perluasan Bisnis	Pengembangan dan perluasan bisnis	Mahasiswa diharapkan mampu membuat perencanaan perluasan usaha yang menjadi target pencapaiannya.	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
6	<b>Ujian Tengah Semester (Presentasi Kemajuan Bisnis)</b>			
7	Perluasan Bisnis I	Perencanaan pengoperasian dan keuangan	Mahasiswa mampu membuat perencanaan jangka pendek dan panjang untuk memperluas usaha dalam hal pengoperasian dan keuangan	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
8	Perluasan Bisnis II	Perencanaan keuangan dan pembiayaan bisnis	Mahasiswa mampu melakukan perluasan dengan mempertimbangkan keuangan dan pembiayaan serta pertimbangan resiko keuangan yang mungkin dihadapi	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
9	Perluasan Bisnis III	Manajemen Sumber Daya Manusia (HR)	Mahasiswa mampu mengembangkan bisnis dengan merencanakan strategi penyusunan organisasi yang baik	Allen, K.R., (2007), Growing and Managing A Small Business: An Entrepreneurial Perspective, 2 <sup>nd</sup> edition.
10	Mentoring Bisnis	Kemajuan bisnis	Mahasiswa mampu memaparkan perluasan bisnis yang dijalannya.	Mentor Bisnis
11	Mentoring Bisnis	Kemajuan bisnis	Mahasiswa mampu memaparkan perluasan bisnis yang dijalannya.	Mentor Bisnis
12	<b>Ujian Akhir semester (Presentasi Kemajuan Bisnis)</b>			

### <MM5018> Berpikir Cara Disain

<i>Kode Matakuliah:</i> <b>MM 6005</b>	<i>Bobot sks:</i>	<i>Semester:</i>	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> Sub Kelompok Keahlian Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	<i>Sifat:</i> Wajib
<i>Nama Matakuliah</i>	<b>Berpikir Desain</b>			
	<b>Design Thinking</b>			
<i>Silabus Ringkas</i>	Mata Kuliah Design Thinking terfokus pada pemahaman terhadap proses terjadinya suatu gagasan. Memberikan pemahaman tentang cara berpikir desain yang kreatif agar dapat diaplikasikan pada skala operasi masyarakat. Design thinking course focused on the understanding of the occurrence of an idea. It provides an understanding of how to think in a creative design way that can be applied on the scale of operation.			
<i>Silabus Lengkap</i>	Mata Kuliah Design Thinking terfokus pada pemahaman terhadap proses terjadinya suatu gagasan. Memberikan pemahaman tentang cara berpikir desain yang kreatif agar dapat diaplikasikan pada skala operasi masyarakat. Menstimulasi kepekaan estetika penting dipahami untuk dapat memecahkan suatu persoalan secara kreatif teknis dalam proses inovasi, karena prinsip-prinsip tersebut dapat dibentuk secara logis serta memiliki struktur yang			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 30 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	<p>terbangun. Kreativitas merupakan suatu keahlian yang harus terus dikembangkan, berhubungan dengan factor kognisi dan kemampuan analitis dari pikiran manusia yang terkait dengan kesadaran akan dan pemahaman atas suatu gagasan dan obyek. Gagasan yang mengenali dengan pasti suatu tatanan, structural dan konseptual. Kreativitas terkait erat dengan konteks, berhubungan antara situasi dimana seseorang menangkap masalah dan melaksanakan proses kerja. Latar belakang pengalaman dan pengetahuan akan menjadi factor penting dalam menentukan respons yang kreatif terhadap suatu persoalan.</p> <p>Design thinking course focused on the understanding of the occurrence of an idea. It provides an understanding of how to think in a creative design way that can be applied on the scale of operation. Stimulating aesthetic sensibility is important to understand in order to be able to creatively solve a technical problem in the innovation process, because these principles can be formed in a logical and has a structural built. Creativity is a skill that must be developed, factors associated with cognitive and analytical abilities of the human mind associated with an awareness and understanding of the ideas and objects. The idea that identify with certainty an order, structural and conceptual. Creativity is closely related to the context, the relationship the situation where someone caught the problem and implement work processes. Background experience and knowledge will be an important factor in determining a creative response to a question.</p>															
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu memahami konsep berpikir desain.</li> <li>2. Mampu menerapkan pendekatan berpikir desain dalam membuat atau mengembangkan produk dan layanan dalam bisnis mereka.</li> <li>3. Mampu mengidentifikasi peluang usaha dan melakukan penelitian kelayakan usaha serta membuat rencana bisnis.</li> <li>4. Mampu menjalankan bisnis mulai dari persiapan pasar, peluncuran produk, pengelolaan produksi, SDM dan keuangan.</li> <li>5. Menguasai pengetahuan pengembangan bisnis.</li> </ol>															
<b>Matakuliah Terkait</b>																
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Praktikum, kerja lapangan, pembuatan purwarupa, kuliah tamu.															
<b>Pustaka</b>	Tim Brown, <i>Change by Design</i> , Edisi Pertama, HarperCollins Publishers, 2009. (Pustaka utama)															
	Richard D. Lewis, <i>When Cultures Collide: Leading Across Cultures</i> , Nicholas Brealy International, London, 2006 (Pustaka Utama)															
	Bryan Lawson, <i>Design Thinking</i> , Taylor & Francis, Inc., 2005 (Pustaka Utama)															
	<i>Creative Knowledge Environments: The Influences on Creativity in Research and Innovation</i> , Elgar, Edward Publishing, Inc. 2004 (Pustaka Pendukung)															
	Jeanne Liedtka, <i>Designing for Growth: a design thinking tool kit for managers</i> , Columbia University Press. 2011. (Pustaka Pendukung)															
	<i>Design Thinking: Understand - Improve - Apply</i> . Springer-Verlag New York, LLC, 2010. (Pustaka Pendukung)															
<b>Panduan Penilaian</b>	<table border="1"> <tr> <td>Tugas Kelompok</td> <td>15%</td> <td>Penilaian kelompok</td> </tr> <tr> <td>Kehadiran</td> <td>10%</td> <td>Penilaian individu</td> </tr> <tr> <td>Partisipasi</td> <td>25%</td> <td>Penilaian individu</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>25%</td> <td>Penilaian individu</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>25%</td> <td>Penilaian individu</td> </tr> </table>	Tugas Kelompok	15%	Penilaian kelompok	Kehadiran	10%	Penilaian individu	Partisipasi	25%	Penilaian individu	UTS	25%	Penilaian individu	UAS	25%	Penilaian individu
Tugas Kelompok	15%	Penilaian kelompok														
Kehadiran	10%	Penilaian individu														
Partisipasi	25%	Penilaian individu														
UTS	25%	Penilaian individu														
UAS	25%	Penilaian individu														
<b>Catatan Tambahan</b>																

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Class Management</li> <li>• “The Deep Dive”</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mengetahui topic-topik apa saja yang akan dipelajari dalam kuliah ini.</li> <li>2. Mahasiswa mendapat gambaran singkat mengenai konsep berpikir desain.</li> </ol>	Tim Brown, <i>Change by Design</i>
2	Pengenalan Berpikir Desain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengapa?</li> <li>• Apa?</li> <li>• Dasar-dasar Berpikir Desain</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa dapat mendefinisikan berpikir desain.</li> <li>2. Mahasiswa mengerti konsep berpikir desain.</li> </ol>	Bryan Lawson, <i>Design Thinking</i>
3	Berpikir Desain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana?</li> <li>• Mengerti Masalah Pengguna</li> <li>• Interpretasi Hasil</li> <li>• Melahirkan Ide</li> <li>• Purwarupa, Tes</li> </ul>	Mahasiswa dapat mengerti dan mengaplikasikan konsep berpikir desain ke dalam tahapan-tahapan berpikir desain.	Jeanne Liedtka, <i>Designing for Growth: a design thinking tool kit for managers</i>
4	Pasar / Analisis Kebutuhan / Peluang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik Observasi</li> <li>• Analisis Peluang</li> <li>• Tugas: Mengerti Masalah</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa dapat mengembangkan rasa empati untuk menangkap peluang-peluang baru.</li> <li>2. Mahasiswa mampu menganalisis peluang menggunakan metode 3M.</li> </ol>	Tim Brown, <i>Change by Design</i>

5	Melahirkan Ide-ide Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berpikir divergen dan konvergen</li> <li>Curah Ide</li> </ul>	Mahasiswa	Creative Knowledge Environments: The Influences on Creativity in Research and Innovation ,
6	Ujian Tengah Semester	Presentasi Ide Produk		
7	Pembuatan Purwarupa	Membuat purwarupa dari ide produk atau jasa.	Mahasiswa dapat menjawab ide produk mereka ke dalam wujud yang konkrit.	Tim Brown, Change by Design
8	Penyusunan Anggaran Produk Baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyusun dan menentukan harga pokok produksi</li> <li>Menentukan harga jual</li> </ul>	Mahasiswa mampu menentukan harga pokok produksi dan mampu menentukan harga jual.	Tim Brown, Change by Design
9	Tes Pasar	Melakukan simulasi produk atau jasa dengan menggunakan purwarupa yang ada.	Mahasiswa mendapat masukan dari pengguna terhadap ide mereka yang sudah dikembangkan ke dalam purwarupa.	Tim Brown, Change by Design
10	Kuliah Tamu	Berbagi Pengalaman Praktis	Mahasiswa mendapat wawasan mengenai penerapan berpikir desain dalam memecahkan masalah.	
11	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".	
12	Ujian Akhir Semester	Presentasi Akhir		

<MM5019> Kreatiavitas Kontekstual

<b>KodeMatakuliah:</b> MM5019	<b>BobotSKS:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> FakultasSeniRupadanDesain (FSRD)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>NamaMatakuliah</b>	KreatifitasKontekstual Contextual Creativity			
<b>SilabusRingkas</b>	Kuliahinimerupakankombinasiantarperkuliahandanpraktiklapangansecaralungsdalammendapatkanpengetahuan, sehinggadiharapkanmahasiswa dapat menyeimbangkan antarapemikiranlogikdankreatif. This course combines lecture and exercise to develop skills and to obtain hands-on experience. In this course, students are expected to balance the use of both right and left sides of the brain.			
<b>SilabusLengkap</b>	Segala aspek dalam kesenian dan desain bergantung pada kreatifitas. Penting untuk mengetahui cara mengidentifikasi kemunculan dan karakter dari proses kreatif, termasuk lingkungan dan faktor-faktor yang dibutuhkan untuk memupuk kreatif itu, agar mampu mendayaguna dan mengelola kreatifitas lebih efektif. Modul ini akan menantang siswa untuk lebih kritis menilai kreatifitas pada berbagai varian kasus, mengeksplorasi dari sisi teoritik, logika, komersial dan konteks instrumental dari kreatifitas untuk kebutuhan bisnis. Akan ada penekanan lebih spesifik dalam pemilihan kreatifitas yang dapat dan harus dilakukan dalam upaya mengembangkan potensial setiap siswa sebagai wirausaha dan cara memupuk ide dan imajinasi menjadi sebuah bisnis kreatif yang potensial. All aspects of art and design relies on creativity. It is important to know how to identify the appearance and character of creative process, including environment and the important factor to foster creativity. This course will challenge exploring the theoretical, logical, commercial and instrumental context of creativity to business needs. There are specific emphasis in the selection of creativity that should be done in order to develop the potential of each student as an entrepreneur and how to cultivate ideas and imagination into creative business potential.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa dapat melakukan proses berpikir kreatif yang dapat menunjang kebutuhan bisnis dan menyeimbangkan pemikiran logik dan kreatif.			
<b>MatakuliahTerkait</b>	-			
<b>KegiatanPenunjang</b>	Kuliahtatapmuka, pembahasankasus, gamedankuliah tamu			
<b>Pustaka</b>	Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention, <a href="#">MihalyCsikszentmihalyi</a> , Harper Perennial; 4 Tra edition (May 9, 1997) Multiple Intelligences: New Horizon in Practice and Theory, Howard Gardner, Basic books (July 3, 2006)			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 32 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		



	Corporate Creativity: The Winning Edge, Pradip N. Khandwalla, McGraw-Hill (2003)
<b>Panduan Penilaian</b>	Ujian Tengah Semester (25%) Ujian Akhir Semester (25%) Tugas (25%) Keaktifan (10%) Kehadiran (15%)
<b>Catatan Tambahan</b>	-

Mg #	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Konsep Kreativitas	Menumbuhkan potensi kreatif dengan melatih potensi otak kanan.	Mahasiswa mengetahui proses berpikir kreatif dan menganalisis keterkaitan pemikiran kreatif dengan kebutuhan bisnis	Creativity: Flow and the Psychology
2	Tingkat Kreativitas	Definisi dan tingkatan kreativitas sesuai dengan tingkat inovasi yang dilakukan.	Mahasiswa mengetahui porsidan perbedaan kreativitas berdasarkan tingkatnya.	Creativity: Flow and the Psychology
3	Memulai berpikir kreatif I	Membuka pola pikir kreatif dan penerapannya terhadap berbagai kasus di industri kreatif.	Mahasiswa mampu memulai berpikir kreatif dan menerapkannya dalam berpakasusterkait industry kreatif.	Kasus dan <i>handout</i> dosen pengampu
4	Memulai berpikir kreatif II	Membuka pola pikir kreatif dan penerapannya terhadap berbagai kasus di kebijakan industri kreatif.	Mahasiswa mampu memulai berpikir kreatif dan menerapkannya dalam berpakasusterkait dengan kebijakan industry kreatif.	Kasus dan <i>handout</i> dosen pengampu
5	Kuliah Tamu	Kreativitas	Mahasiswa memahami penerapan pola pikir kreatifitas secara nyata di dalam proses bisnis	Dosen tamu
6	<b>Ujian Tengah Semester</b>			
7	Game 1: Kreativitas	Membuka pola pikir kreatif dan penerapannya terhadap berbagai kasus di kebijakan kreatif.	Mahasiswa dapat melakukan simulasi proses berpikir kreatif	Kasus dan <i>handout</i> dosen pengampu
8	Game 2: Kreativitas di berbagai industri	Membuka pola pikir kreatif dan penerapannya terhadap berbagai kasus di kebijakan industri kreatif.	Mahasiswa dapat melakukan simulasi proses kreatif yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan.	Kasus dan <i>handout</i> dosen pengampu
9	Implementasi I	Mahasiswa mampu menerapkan teori dan pemahaman mengenai kreativitas	Mahasiswa dapat menerapkan teori kreativitas dalam kegiatan bisnisnya (marketing dan manufacturing)	Presentasi
10	Implementasi II	Mahasiswa mampu menerapkan teori dan pemahaman mengenai kreativitas terhadap bisnis	Mahasiswa dapat menerapkan teori kreativitas dan kebijakannya pada bisnis yang akan dilakukan.	Presentasi
11	Kunjungan Lapangan/Industri	Kunjungan Industri kreatif	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis di dalam industri kreatif	Wirausaha
12	<b>Ujian Akhir semester (Presentasi progress Akhir Bisnis)</b>			

<MM5020> Seni, Desain dan Budaya

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5020	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Seni, Desain, dan Kebudayaan Art, Design and Culture			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini memberikan wawasan dan perluasan sudut pandang mengenai kedudukan Seni, Desain dan Kebudayaan sebagai produk budaya manusia yang berdampak pada perilaku dan gaya hidup manusia. This course provides insight and perspective on the positions of the expansion of Art, Design and Culture as a product of human culture that impact on human behavior and lifestyle.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini Memberikan wawasan tentang kedudukan seni dan Desain sebagai produk budaya manusia dalam kehidupan sehari-hari. Wawasan mengenai perbedaan/persamaan serta perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap periode berdasarkan perkembangan kebudayaan baik lokal maupun global, serta aspek spektral latar belakang penyebabnya sehingga pengaruhnya terhadap gaya hidup dan berdampak pada nilai ekonomi. This course provides insight into the status of art and design as a product of human culture in daily life. Insights about the differences/similarities as well as changes of art and design that occurs in each period based on cultural development both locally and globally, as well as background aspects of its creation so that its influence on lifestyle and impact on economic value.			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 33 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [Kode Prodi]-ITB.		

<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa memiliki pengetahuan, pemahaman dan wawasan mengenai kedudukan Seni, Desain dan Kriya, khususnya dalam kaitannya dengan proses penciptaannya sebagai produk kebudayaan. Diharapkan pengetahuan ini dapat menjadi pendukung dalam memahami permasalahan kebudayaan khususnya Indonesia ketika mengimplementasikan realitas entrepreneurship.	
<b>Matakuliah Terkait</b>	-	-
<b>Kegiatan Penunjang</b>	KuliahtatapdanKunjunganIndustri	
<b>Pustaka</b>	Arts & Cultures, Christine Valluet	
	Science & Technology In The Arts Stewars Kranz, 1974	
	Introducing Cultural & Media study, Thwaities, Davis & Mules	
<b>Panduan Penilaian</b>	Ujian Tengah Semester (25%) Ujian Akhir Semester (25%) Tugas (25%) Keaktifan (10%) Kehadiran (15%)	
<b>Catatan Tambahan</b>	-	

Mg #	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Seni, Desain & Kriya	Pengertian kebudayaan, Kebudayaan dan Identity of Nation (Antropologis)	Mahasiswa memahami peranan seni dan budaya yang kelak akan membentuk suatu budaya	Arts & Cultures, Christine Valluet
2	Dinamika budaya	Transformasi kebudayaan, Difusi, Akulturasi, Asimilasi, Enkulturas, Revolusi, Inovasi, Kebudayaan material benda/tak benda, produk Seni, Desain, dan Kriya	Mahasiswa memiliki kepekaan terhadap perubahan kebudayaan yang terjadi di masyarakat	Introducing Cultural & Media study, Thwaities, Davis & Mules
3	Kriya, Tradisi & Modernitas	-Pasar; Komoditisasi Seni Kriya; Seni Kriya-Pariwisata-Modernisasi -Globalisasi Kriya Tekstil, Fashion dan Ekonomi kreatif	Mahasiswa mampu menganalisis keterkaitan antara seni kriya, tradisi dan pengaruh modernitas	Science & Technology In The Arts Stewars Kranz, 1974
4	Budaya Visual Nusantara	-Kriya Seni (Art Craft) Indonesia Paper Art & Industri Kreatif Skala Kecil -Jejaring sosial Seni local, regional & Global, Strategi Kebudayaan dan Seni & Desain	Mahasiswa mampu memahami kontribusi seni terhadap perkembangan industri kreatif.	Introducing Cultural & Media study, Thwaities, Davis & Mules
5	Media kreatif, Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif	Ekonomi kreatif dalam Seni dan Desain masa depan, Manajemen Desain dan Seni, Media & Digital sebagai Seni Masa Depan Seni, Desain dan Kriya dalam Wahana Ekonomi Kreatif masa depan. Seni, Desain dan Kriya dalam Wahana Ekonomi Kreatif masa depan.	Mahasiswa memahami pergerakan industri kreatif dalam membangun ekonomi.	Arts & Cultures, Christine Valluet
6	<b>Ujian Tengah Semester</b>			
7	Seni, Desain dan Kriya sebagai Gaya Hidup/Life Style	Sosiologi Seni, Desain & Kriya. Kebutuhan primer dan sekunder terhadap karya Seni Rupa, Desain, dan Kriya.	Mahasiswa dapat memprediksi kecenderungan arah pasar yang mempengaruhi gaya hidup	Handout dosen pengampu
8	Visual culture studies	Seni, Desain dan Kriya era digital & pascadigital	Mahasiswa mampu menganalisis pengaruh era digital terhadap perkembangan seni dan desain	Handout dosen pengampu
9	Fenomena ekonomi kreatif	Pembahasan kasus ekonomi kreatif terkini	Mahasiswa memahami dan memiliki kepekaan terhadap fenomena ekonomi kreatif dan dampaknya	The Economic Laws of Arts Production (1993)
10	Ekonomi Kreatif di masa mendatang	Peramalan Perkembangan industri kreatif	Mahasiswa dapat memprediksi perkembangan industri kreatif	Handout dosen pengampu
11	Kunjungan Lapangan/ Industri	Kunjungan Industri kreatif	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis di dalam industri kreatif	
12	<b>Ujian Akhir semester (Presentasi progress Akhir Bisnis)</b>			

<MM5021> Pemodelan Kewirausahaan

<b>KodeMatakuliah:</b> MM 5021	<b>Bobotsks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> ManajemenTeknologiKewirausahaan (ETM)	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>NamaMatakuliah</b>	PemodelanKewirausahaan			
	Entrepreneurship Modelling			
<b>SilabusRingkas</b>	Kuliahini dikembangkan untuk mendorong kreativitas dan wirausaha di bidang industri kreatif. Dalam kuliah ini akan dipelajari pengembangan dan penggunaan bakat dan minat yang dapat berperan meningkatkan usaha yang meliputi produksi, distribusi dan negosiasi.			
	This course has been developed to foster creativity and entrepreneurialism in creative industry. Learn how to use creative talent to maximise the impact of your work (from an idea through to production, distribution and negotiation).			
<b>SilabusLengkap</b>	<p>Kuliahini bertujuan untuk memperkenalkan berbagai alat pemodelan bisnis dengan membukawawasan paramahasiswa. Proses perkuliahandidominasi oleh kegiatan mandiri dan mentoring yang memungkinkan interaksi mahasiswa dengan para mentor.</p> <p>Mahasiswa akan terbiasa dengan atmosfer kewirausahaan dan dapat menganalisis isu-isu terkait kewirausahaan. Dengan berlatih mengeksplorasi suatu model bisnis, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan dalam membangun sebuah organisasi finansial yang berkelanjutan. Cakupanteknik dan strategi yang akan diperkenalkan diantaranya adalah pemodelan keterkaitan cakupan dalam industri kreatif, pemodelan bukti (analisis dampak yang mungkin terjadi dari suatu ide), pemodelan <i>blueprint</i> (mempelajari bagaimana membuat rencana operasi dengan mengartikulasikan semua kegiatan and tanggung jawab yang diperlukan) dan pemodelan konsekuensi (pengenalanteknik dan strategipemodelankeuangan beserta risikonya).</p> <p>This course will introduce the student to a range of business modelling tools, and provide insight in to the characteristics of successful entrepreneurs and enterprises. It will draw on the student own experiences in the working environment and you will be able to direct a portion of your study to key issues relevant to your practice, in negotiation with the tutor and others. By exploring a range of business models, you will develop the skills required to build a financially sustainable organisation. A range of techniques will be introduced, including Relationship Modelling, Evidence Modelling, Blueprint Modelling, Consequence Modelling.</p>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa dapat memetakan jenis dan pengelolaan bisnis yang akan dijalani berdasarkan analisis pasar. Dengan pemetaan yang dilakukan diharapkan mahasiswa akan dapat memodelkan usahanya.			
<b>MatakuliahTerkait</b>	-			
<b>KegiatanPenunjang</b>	Kuliah tatap muka, mentoring dan kunjungan lapangan/industri			
<b>Pustaka</b>	Alexander Osterwalder (2010) : Business Model Generation The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers, C.K. Prahalad & Venkat Ramaswamy, Harvard Business School Press (February 18, 2004) Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 <sup>st</sup> Century, 7 <sup>th</sup> Ed., McGrawHill -American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1.			
<b>PanduanPenilaian</b>	Aktivitas bisnis / Capaian kemajuan bisnis (50%) Presentasi (50%)			
<b>CatatanTambahan</b>	-			

M g#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Identifikasi Ide dan Evaluasi Peluang	Analisis Ide dan pengembangannya berdasarkan kecenderungan pasar.	Mahasiswa mampu menciptakan ide sesuai analisis pasar yang dilakukan.	Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 <sup>st</sup> Century, 7 <sup>th</sup> Ed., McGrawHill
2	Analisis Bisnis Plan	Komponen Bisnis Plan	Mahasiswa mampu menganalisis keterkaitan antar komponen bisnis dan menyusun berdasarkan peluang yang diciptakan.	Timmons, J.A. & S. Spinelli, (2004), New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 <sup>st</sup> Century,

				7 <sup>th</sup> Ed. McGraw Hill)
3	Model Bisnis	Komponen model bisnis, sistem operasional suatu bisnis.	Mahasiswa mampu mendeskripsikan model bisnis sesuai dengan bisnis yang akan dijalankan.	Alexander Osterwalder (2010) : Business Model Generation
4	Penyusunan Rencana Bisnis	Komponen perencanaan bisnis dan kondisi pasar.	Mahasiswa diharapkan mampu menyusun perencanaan bisnis berdasarkan ukuran pasar dan permintaan pasar sehingga dihasilkan perencanaan bisnis yang lebih matang.	- American Institute of Small Business: How to Set Up Your Own Small Business Vol. 1.
5	Mentoring Bisnis I: Rencana Bisnis	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana bisnis dan mendapat perbaikan dari mentor bisnis.	Mentor Bisnis
6	<b>Ujian Tengah Semester</b>			
7	Mentoring Bisnis I: Rencana Bisnis	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana bisnis dan mendapat perbaikan dari mentor bisnis.	Mentor Bisnis
8	Evaluasi Rencana Bisnis I	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa diharapkan mampu memperbaiki rencana bisnis berdasarkan kritik/saran mentor.	Mentor Bisnis
9	Evaluasi Rencana Bisnis II	Saran dan kritik mentor	Mahasiswa diharapkan mampu memperbaiki rencana bisnis berdasarkan kritik/saran mentor.	Mentor Bisnis
10	Kunjungan Lapangan	Proses bisnis yang dijalankan oleh Wirausaha	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis yang berjalan dan mengamati atmosfer kewirausahaan.	Mentor Bisnis
11	Kunjungan Lapangan	Proses bisnis yang dijalankan oleh Wirausaha	Mahasiswa mampu menganalisis proses bisnis yang berjalan dan mengamati atmosfer kewirausahaan.	Mentor Bisnis
12	<b>Ujian Akhir semester (Presentasi progress Kemajuan Rencana Bisnis)</b>			

<MM5022> Akad dan Produk Syariah

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6061	<b>Bobot sks:</b> 3 sks	<b>Semester:</b> 3	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Ilmu Keputusan dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Akad dan Produk Syariah <i>Sharia Contracts and Products</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini akan menekankan pada aplikasi akad-akad syariah dalam perbankan Islami maupun keuangan Islam. Kuliah ini juga akan mengintegrasikan antara pengetahuan dasar dan prinsip-prinsip dasar dari Fiqh Muamalah dalam operasionalisasi perbankan Islami. <i>This course will emphasise on applicable Shariah contracts in Sharia Banking &amp; finance. This course will also elaborate on fundamental knowledge of the concept and principles of Fiqh Muamalat in Sharia banking operation.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini memberikan pemahaman mengenai produk-produk perbankan Islami secara komprehensif mulai dari hukum-hukum Islam (Al Qur'an dan Al Hadist) maupun fiqh muamalah yang mendasarinya yang terpresentasikan dalam akad-akad sehingga menjadi produk yang dapat dioperasionalkan dalam industri perbankan Islami. Diharapkan setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat mengaplikasikan akad-akad dan akad pada transaksi-transaksi bisnis dan keuangan yang dalam perbankan Islami <i>This course will emphasise on the comprehensive understanding of Islamic Banking products which are construct from Sharia law (Koran and Hadith) and Fiqh Mu'amalah, so it can be be develop into Islamic banking products. The main objective of this course is that student have knowledge to applicate Islamic contracts and product in the financial and business Banking</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memahami latar belakang berkembangnya perbankan Islami</li> <li>Memahami prinsip-prinsip dasar dalam perbankan Islami</li> <li>Mengetahui akad-akad dan mampu mengaplikasikannya dalam produk-produk yang digunakan dalam perbankan Islami</li> <li>Mengetahui perkembangan industri perbankan Islami terkini serta regulasi yang mengaturnya</li> </ol>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-	-	-	-
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kunjungan ke salah satu Bank Islam			

<b>Pustaka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. DSN MUI Fatwa DSN-MUI Jakarta 2007 (Pustaka Utama)</li> <li>2. Khir, Kamal &amp; Lkesh Gupta &amp; Bala Shanmugam, Islamic Banking – A Practical Prespective, Oearson MalaysiaSdn. Bhd., Petaling Jaya, 2008 (Pustaka Utama)</li> <li>3. Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, Jakarta, Gaya Media Pratama, 2000 (Pustaka Utama)</li> <li>4. Wiroso, Produk Perbankan Syariah, Penerbit LPFE Usakti, Jakarta, 2009 (Pustaka Utama)</li> <li>5. Wahbah Az-Zuhaily, <i>Al-Fiqh al-Islamy wa Adillatuh</i>, Dar al-Fikri, Beirut, 2007 (Pustaka Pendukung)</li> </ol>
<b>Panduan Penilaian</b>	UTS (35%), UAS (35%), Tugas (10%), Kuis (10%), Partisipasi (10%)
<b>Catatan Tambahan</b>	-

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar pada akad-akad syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiqih Muamalah</li> <li>- Akad-akad dalam keuangan Islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami dasar hukum dalam akad-akad yang digunakan dalam sistem keuangan Islam</li> </ul>	Aliludin 1990, Antonio 2001, Rivai 2007, www.bi.go.id
2	Aplikasi akad-akad syariah pada produk perbankan Islami	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplikasi akad murabahah, ijarah, musyarakah, mudharabah dll. Dalam perbankan Islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui aplikasi akad-akad syariah yang digunakan dalam perbankan Islami</li> </ul>	Veithzal 2007, Kasmir 2006
3	Produk-produk penghimpunan dana (funding)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola transaksi produk deposito, giro, dan tabungan</li> <li>- Perhitungan bonus untuk produk penghimpunan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui cara perhitungan produk-produk penghimpunan dalam perbankan Islami</li> </ul>	Aneka Referensi
4	Produk-produk jasa	Transfer, ATM, L/C, dll.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-produk penghimpunan jasa dalam perbankan Islami</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008
5	Praktik perbankan islami	Kuliah tamu bersama praktisi perbankan islami	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-produk perbankan islami yang berkembang di pasaran</li> </ul>	-
6	Ujian Tengah Semester			
7	Produk-produk Pembiayaan (Financing): Murabahah, Ijarah, Salam dan Istisna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola transaksi produk murabahah, Ijarah, Salam dan Istisna'</li> <li>- Perhitungan untuk skema produk murabaha, ijarah, salam dan istisna'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-pembiayaan murabahah, ijarah, dalam dan istisna</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008
8	Produk-Produk Penyaluran Dana: Musyarakah dan Mudharabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persyaratan produk musyarakah dan mudharabah</li> <li>- Skema produk musyarakah dan mudharabah</li> <li>- Perhitungan untuk produk musyarakah dan mudharabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami aplikasi produk musyarakah dan mudharabah dalam perbankan Islami</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008, Laksmna 2009
9	Analisis Kritis dan Komparatif I	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kritik dan komparasi lembaga keuangan, produk dan kompetisi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu melakukan kajian kritis perbandingan lembaga keuangan Islami dengan yang umum</li> <li>- Mampu melakukan kajian kritis perbandingan produk, promosi dan kompetisi perbankan Islami dengan yang umum</li> </ul>	Aneka Referensi
10	Dosen Tamu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praktek perbankan Islami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui praktek dan tantangan yang dihadapi dalam praktek perbankan Islami</li> </ul>	
11	Review akhir dan diskusi menyeluruh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi mengenai topik bahasan secara menyeluruh mulai dari minggu pertama hingga minggu terakhir</li> </ul>	-	
12	Ujian Akhir Semester			

### <MM5023> Akuntansi Syariah

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 5023	<b>Bobot sks:</b> 2 SKS	<b>Semester:</b> Ganjil dan Genap	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Akuntansi Syariah <i>Sharia Accounting</i>			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 37 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah ini menguraikan standar akuntansi yang berlaku guna menghasilkan laporan keuangan yang memenuhi syarat untuk penyajian yang wajar.
	<i>The class discussions therein will focus on generally accepted accounting standards to arrive at a set of financial statements that are fairly presented</i>
<b>Silabus Lengkap</b>	Interaksi Perkembangan sistem ekonomi dan bisnis berlandaskan Islam telah menunjukkan trend yang cukup menggembirakan. Hadirnya lembaga keuangan syariah menunjukkan langkah kemajuan keberadaan sistem ekonomi dan bisnis Islam di tanah air ini. Lembaga-lembaga seperti itu adalah organisasi yang bercirikan "amanah". Dalam perkembangan perbankan sebagai penghubung antara unit suplai dengan unit demand, disinilah diperlukan proses pencatatan dan pelaporan semua transaksi dan kegiatan muamalah yang dilakukan di perbankan, sehingga perlu sistem akuntansi yang sesuai (relevan) yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yaitu sistem akuntansi syariah.
	<i>The interaction of economic and business development of systems based on Islam has shown quite encouraging trend. The presence of Islamic financial institutions showed the pace of progress and Islamic economic system development in this country. Such institutions are organizations that are characterized by "trustworthy". In the development of banking as intermediary between supply and demand, this is where the necessary process of recording and reporting of all transactions and activities conducted in the banking muamalah, so it needs the appropriate accounting system (relevant) which is based on the principles of the sharia Islamic Accounting system.</i>
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami filosofi transaksi syariah dan implikasinya terhadap pencatatan dan pelaporannya.</li> <li>Mahasiswa memahami bagaimana menyajikan dan membaca laporan keuangan syariah dalam mengambil keputusan.</li> <li>Mahasiswa memahami aplikasi dalam praktek yang ada di perbankan syariah di Indonesia</li> </ul>
<b>Matakuliah Terkait</b>	-
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkuliahan dalam kelas</li> <li>Kasus bisnis</li> </ul>
<b>Pustaka</b>	<p>7. AAOIFI. (2004). Accounting, Auditing and Governance Standards for Islamic Financial Institutions. Bahrain: Manama. – (AAOIFI)</p> <p>8. Fatwa Dewan Syariah Nasional</p>
<b>Panduan Penilaian</b>	<p>10. Ujian Tengah Semester (45%)</p> <p>11. Ujian Akhir Semester (45%)</p> <p>12. Partisipasi (10%)</p>
<b>Catatan Tambahan</b>	-

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar Perkuliahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkenalan</li> <li>Metode Perkuliahan</li> <li>Sistim Penilaian</li> <li>Referensi</li> <li>Penjelasan tentang tugas</li> </ul>	Memahami bagaimana perkuliahan akan dilaksanakan.	AAOIFI DSN
2	Akuntansi Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian tentang sistim keuangan.</li> <li>Landasan Hukum Perbankan di Indonesia.</li> <li>Produk dan jasa perbankan (konvensional dan Syariah)</li> <li>Pengantar mengenai akuntansi secara umum</li> </ul>	Memahami konsep dasar akuntansi keuangan, perbankan, dan praktik perbankan syariah.	AAOIFI DSN
3	Penyusunan Laporan Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kerangka Dasar Penyajian dan Penyusunan Laporan Keuangan Syariah (KDPLKS)-PSAK No.100.</li> <li>Tujuan Pelaporan Bagi LKS</li> <li>Sistim operasional perbankan Syariah.</li> <li>Pertimbangan menyeluruh dan kebijakan akuntansi.</li> <li>Laporan Neraca</li> <li>Laporan Rugi Laba</li> <li>Laporan Perubahan Ekuitas</li> </ul>	Memahami bagaimana laporan keuangan syariah disusun dan disajikan.	AAOIFI DSN

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Laporan arus kas</li> <li>Laporan sumber dan penggunaan dana zakat.</li> <li>Laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan</li> <li>Catatan atas laporan keuangan</li> </ul>		
4	Akad Berbasis Sewa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ijarah</li> <li>IMBT</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk perjanjian berbasis sewa menyewa.	AAOIFI DSN
5	Akad Berbasis Jual Beli	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi Murabahah (PSAK 102)</li> <li>Akuntansi Salam (PSAK 103)</li> <li>Akuntansi Istishna (PSAK 104)</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk perjanjian berbasis jual beli.	AAOIFI DSN
6	Ujian Tengah Semester			
7	Akad Berbasis Ekuitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi Mudharabah (PSAK 105)</li> <li>Akuntansi Musyarakah (PSAK 106)</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk perjanjian berbasis penyertaan modal.	AAOIFI DSN
8	Akad Berbasis Jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi fee based</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk perjanjian berbasis jasa layanan keuangan.	AAOIFI DSN
9	Sukuk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi Sukuk (PSAK 110)</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk transaksi obligasi syariah (sukuk).	AAOIFI DSN
10	Zakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akuntansi Zakat</li> </ul>	Memahami pencatatan akuntansi untuk transaksi zakat.	AAOIFI DSN
11	Kaji Banding Akuntansi Konvensional dan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keterterapan PSAK 50/55 dengan PSAK Syariah</li> </ul>	Memahami persamaan dan perbedaan mendasar antara sistem akuntansi konvensional dan sistem akuntansi syariah.	AAOIFI DSN
12	Ujian Akhir Semester			

#### <MM5024> Ekonomi Bisnis Syariah

Kode Matakuliah: MM 5024	Bobot sks: 3 SKS	Semester: Ganjil dan Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Risiko Bisnis dan Keuangan	Sifat: Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Ekonomi Bisnis Syariah			
	<i>Sharia Business Economics</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	<p>Ekonomika bisnis atau ekonomika manajerial membahas aplikasi prinsip-prinsip dan metodologi ekonomika dalam kerangka pengambilan keputusan bisnis yang dihadapkan pada risiko dan ketidakpastian.</p> <p><i>Business Economics or Managerial Economics is concerned with the application of economic principles and methodologies to the decision making process of the business firm operating under conditions of risk and uncertainty.</i></p>			
<b>Silabus Lengkap</b>	<p>Ekonomi Bisnis Syariah (Ekonomi Manajerial) membahas hal-hal yang terkait dengan aplikasi prinsip-prinsip ekonomi dan metodologi dalam pengambilan keputusan sebuah entitas bisnis yang beroperasi ditengah kondisi ketidakpastian berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Kuliah ini memberikan pemahaman-pemahaman mengenai prinsip-prinsip melaksanakan bisnis. Pelaksanaan bisnis sendiri pada dasarnya dikaitkan dengan ilmu ekonomi manajerial. Kuliah ini akan membahas hal-hal yang terkait dengan strategi kompetitif perusahaan dibandingkan hanya sekedar memahami perhitungan biaya dan pendapatan. Kuliah ini akan dibawakan dalam konteks situasi bisnis yang sebenarnya sehingga dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi persoalan dan mencari solusi atas persoalan tersebut.</p> <p><i>Sharia Business Economics (or Managerial Economics) is concerned with the application of economic principles and methodologies to the decision making process of the business firm operating under conditions of risk and uncertainty, based on syari'i principles. The course establishes important principles for business practice. Business practice is recognized and incorporated into the discipline of Managerial Economics. The course is concerned about the firm's competitive strategy, rather than simply costs and revenues. The course will put into the context of real-world business decision problems, to demonstrate methods of identifying problems and finding solutions.</i></p>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami berbagai isu dan persoalan ekonomi yang dihadapi oleh perusahaan.</li> <li>Mahasiswa memahami konsep dan metode ekonomi syariah yang dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-	-	-	-
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkuliahan dalam kelas</li> <li>Kasus bisnis</li> </ul>			
<b>Pustaka</b>	9. Salvatore, D., (2006), Managerial Economics in a Global Economy, 5th Edition, Thomson South Western. (SD)			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 39 dari 92</b>
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB  Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB.  Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

	<p>10. Case, K., E., Fair, R.C., and Oster, S.M., (2009), Principles of Economics, 9th Edition, Prentice Hall. (CFO)</p> <p>11. Keat, P.G., and Young, P.K.Y., (2006), Managerial Economics, 5th Edition, Pearson Prentice Hall. (KY)</p> <p>12. Rivai, H.V., Veithzal, A.P., and Idroes, F.N., (2007), Bank and Financial Institution Management, Conventional and Sharia System, Raja Grafindo Persada. (RVI)</p> <p>13. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia &amp; Bank Indonesia, (2008), Ekonomi Islam, Raja Grafindo Perkasa. (PB)</p>
<b>Panduan Penilaian</b>	<p>13. Ujian Tengah Semester (20%)</p> <p>14. Ujian Akhir Semester (20%)</p> <p>15. Partisipasi (40%)</p> <p>16. Tugas (20%)</p>
<b>Catatan Tambahan</b>	-

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar ekonomi mikro, ekonomi makro, dan ekonomi syariah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengantar terhadap persoalan dasar ekonomi dan pengambilan keputusan dalam ketidakpastian.</li> <li>Pengantar ekonomika mikro.</li> <li>Pengantar ekonomika makro.</li> <li>Pengaruh makro ekonomi terhadap bisnis.</li> <li>Pengantar ekonomika syariah.</li> </ul>	Memahami berbagai topik dan konsep dalam ilmu ekonomi serta posisi Ekonomi Islam dalam ekonomi mikro dan makro.	<p>SD (Bab 1 dan 3)</p> <p>CFO (Bab 1, 2, dan 20)</p> <p>RVI (Bab 20)</p> <p>Case 1: <i>Global Business Leader</i> (SD pp. 23)</p> <p>Case 2: <i>Frozen Foods and Opportunity Costs</i> (CFO pp. 60)</p> <p>Case 3: <i>The Demand for Big Macs</i> (SD pp. 93)</p>
2	Pemintaan, Penawaran, Produktivitas, dan Biaya Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep Permintaan dan Penawaran</li> <li>Estimasi Permintaan dan Penawaran</li> <li>Proyeksi Permintaan dan Penawaran</li> <li>Teori Produktivitas</li> <li>Teori Biaya Produksi</li> </ul>	Memahami konsep dasar dalam ekonomi mikro yang terkait dengan permintaan, penawaran, produktivitas, dan biaya produksi.	<p>SD (Bab 3, 4, 5, 6, dan 7)</p> <p>Case 4: <i>Gillette Introduces the Sensor and Mach3 Razors – Truly Global Products</i> (SD pp. 119)</p> <p>Case 5: <i>Micromarketing : Marketers Zero in on Their Customers</i> (pp. 143)</p> <p>Case 6: <i>General Motor Decision –</i> (SD pp. 254)</p> <p>Case 7: <i>Breakeven Analysis for Lockheed's Tri-Star and Europe's Airbus Industry</i> (SD pp.303)</p>
3	Struktur Pasar dan Teori Permainan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Struktur Pasar Persaingan Sempurna</li> <li>Struktur Pasar Monopolistik</li> <li>Struktur Pasar Oligopoli</li> <li>Struktur Pasar Monopoli</li> <li>Teori Permainan</li> <li>Perilaku Strategis</li> </ul>	Memahami berbagai struktur pasar dalam ekonomi serta bagaimana entitas ekonomi bertindak dalam pasar.	<p>SD (Bab 8, 9, 10)</p> <p>Case 8: <i>The Airlines' Fare War and The Prisoners' Dilemma</i> (SD pp. 413)</p> <p>Case 9: <i>Airbus Decision to Build the A380 and Boeing's Sonic Cruiser Response</i> (SD pp. 424)</p> <p>Case 10: <i>The Monopolistically Competitive Restaurant Market</i> (SD. Pp. 350) &amp; <i>Globalization of The Pharmaceutical Industry</i> (SD. Pp. 386)</p> <p>Case 11: <i>Mustika Ratu: Navigating Through Social and Economic Crisis</i> (IVEY)</p>
4	Investasi dan Keputusan Strategis Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan Penentuan Harga</li> <li>Keputusan Investasi Perusahaan</li> </ul>	Memahami bagaimana perusahaan mengambil keputusan strategis terkait dengan penentuan harga / tarif serta keputusan investasi perusahaan.	<p>SD (Bab 11 dan 14)</p> <p>Case 12 (15') : <i>Price Discrimination by Con Edison</i> (SD pp.445)</p> <p>Case 13 (15') : <i>Name Your Price at Priceline</i> (SD pp. 468)</p> <p>Case 14 (15') : <i>The EuroTunnel: Another Bad Investment</i> (SD pp 569)</p> <p>Case 15 (15') : <i>Pennzoil's \$3 Billion Capital Budgeting Challenge</i> (SD pp 574)</p>
5	Konsep Ekonomi Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep dasar Ekonomi Islam</li> <li>Karakteristik dan Rancang Bangun Sistem Ekonomi Islam</li> <li>Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam</li> </ul>	Memahami konsep dasar serta sejarah Ekonomi Islam.	<p>PB (Bab 1, 2, dan 3)</p> <p>Case 16: <i>Summary &amp; Review</i> (PB Ch.1)</p> <p>Case 17: <i>Summary &amp; Review</i> (PB Ch.2)</p> <p>Case 18: <i>Summary &amp; Review</i> (PB Ch.3)</p>
6	Ujian Tengah Semester			
7	Konsep Dasar Ekonomika Makro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produksi dan Pendapatan Nasional</li> <li>Belanja Pemerintah dan Pajak</li> <li>Tabungan dan Investasi</li> </ul>	Memahami berbagai konsep utama dalam ekonomi makro serta bagaimana ekonomi mikro secara bersama-sama membentuk ekonomi makro.	<p>CFO (Bab 10, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, dan 29)</p> <p>Case 19: <i>The Gift and Estate Tax</i> (CFO pp. 419)</p> <p>Case 20: <i>Behavioral Biases in Saving Behavior</i> (CFO pp. 491)</p> <p>Case 21: <i>The Paradox of Thrift</i></p>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekspor dan Impor</li> <li>Pasar Tenaga Kerja</li> </ul>		<i>(CFO pp. 498)</i> <i>Case 22: Fiscal Policy in 2008 (CFO pp. 518)</i> <i>Case 23: Graduate School Applications in Recessions (CFO pp. 608)</i>
8	Ekonomika dan Keuangan serta Perdagangan Internasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pasar Produk dan Pasar Uang</li> <li>Pengaruh Suplai Uang dan Suku Bunga terhadap Bisnis</li> <li>Perdagangan Internasional</li> </ul>	Memahami keterkaitan antara perekonomian dengan sektor keuangan dan sebaliknya.	CFO (Bab 25, 26, 27, 28, 34, dan 35) <i>Case 24: Interest rate and Investment Spending (CFO pp. 565)</i> <i>Case 25: Federal Reserve Behavior in 2008 (CFO pp. 596)</i> <i>Case 26: Trade Barriers Take a Hit in 2008. (CFO pp. 710)</i>
9	Mata Uang dan Kebijakan Ekonomi Makro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neraca Pembayaran</li> <li>Nilai Tukar Mata Uang</li> <li>Kebijakan Ekonomi Makro</li> </ul>	Memahami berbagai kebijakan pemerintah dalam menjaga stabilitas ekonomi makro (kebijakan moneter dan kebijakan fiskal).	CFO (Bab 27 dan 35) <i>Case 27: Exchange Rates in 2008 (CFO pp. 737)</i> <i>Case 28: Clinton – Greenspan Policy Mix</i> <i>Case 29: German Reunification - Germany Monetary Fiscal Tug of War</i>
10	Ekonomi Global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekonomi dan Pasar Modal</li> <li>Perusahaan Multinasional</li> <li>Globalisasi</li> <li>Pemerintah dan Industri</li> <li>Ekonomi Negara Berkembang</li> </ul>	Memahami bagaimana ekonomi beroperasi secara global serta bagaimana Negara-negara berkembang mengelola perekonomiannya.	CFO (Bab 3, 11, dan 36) KY (Bab 13 dan 14) <i>Case 30: Stock Market Signals to Managers (HBS article).</i> <i>Case 31: The Asian Financial Crisis: Indonesia and the Currency Board Proposal (HBS)</i> <i>Case 32: KY. Ch. 15.: "The Case of the Semiconductor Industry" (pp. 532)</i> <i>Case 33: China and Its Neighbours in 2005 (HBS)</i>
11	Kuliah Tamu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekonomi Syariah secara Praktis</li> <li>Perbankan Syariah secara Praktis</li> </ul>	Memahami bagaimana implementasi Ekonomi Syariah dilaksanakan dalam kegiatan bisnis.	-
12	Ujian Akhir Semester			

<MM5025> Keuangan Syariah

Kode Matakuliah: MM 5025	Bobot sks: 3 SKS	Semester: Ganjil dan Genap	KK / Unit Penanggung Jawab: Risiko Bisnis dan Keuangan	Sifat: Pilihan
Nama Matakuliah	Keuangan Syariah			
	Sharia Finance			
Silabus Ringkas	Kuliah ini memberikan pemahaman mengenai konsep, teori, dan aplikasi manajemen keuangan perusahaan yang didasari oleh ekonomi makro dan mikro dengan tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.			
	<i>This course will provide wide understanding about concept, theory, and application regarding corporate financial management considering the influence of micro and macroeconomics with the objective of maximizing shareholder's wealth.</i>			
Silabus Lengkap	Kuliah keuangan syariah bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keahlian dalam mengaplikasikan teori keuangan syariah dalam proses pengambilan keputusan sehingga dapat dipergunakan untuk mengelola posisi keuangan perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Kuliah ini akan memberikan pemahaman dan perspektif terkait dengan perkembangan keuangan Islam dan perbankan Islam beserta persamaan dan perbedaan antara keuangan maupun perbankan konvensional dan Islam. Kuliah ini juga memberikan pemahaman terkait dengan investasi syariah di pasar modal serta mengilustrasikan bagaimana neraca bank Islam dikelola, darimana sumber dan bagaimana dana dikelola, serta pengelolaan aset dan kewajiban serta manajemen risiko bank Islam.			
	<i>Sharia Finance course is aimed at providing knowledge and expertise in practicing sharia financial theories and its application for decision making and applying them in managing company's financial position as well as financial performance. This course will provide understanding and perspectives on the development of Islamic Finance &amp; Banking as well as the differences between Islamic and Conventional Finance &amp; Banking, provide understanding regarding the investment according to Sharia in the capital market, give illustration and how to manage the Balance Sheet of Islamic Bank, sources and uses of funds as well as assets and liability management, prudent risk sharing in Islamic banks.</i>			
Luaran (Outcomes)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami konsep dasar manajemen keuangan syariah, terutama terkait dengan perbankan syariah.</li> <li>Mahasiswa mampu menilai kinerja bank syariah dengan menggunakan indikator-indikator keuangan syariah.</li> <li>Mahasiswa mampu mengaplikasikan dan mengambil keputusan terkait dengan sumber dan fungsi dana, manajemen modal, serta struktur aset dan kewajiban bank syariah.</li> <li>Mahasiswa memiliki keterampilan dalam membaca dan menganalisis laporan keuangan bank syariah secara menyeluruh.</li> </ul>			
Matakuliah Terkait	-	-	-	-
Kegiatan Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkuliahan dalam kelas</li> <li>Kasus bisnis</li> </ul>			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 41 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

<b>Pustaka</b>	14. (HZA) Hossain Askari, Zamir Iqbal, and Abbas Mirakhor; <i>Globalization and Islamic Finance: Convergence, Prospects, and Challenges</i> , John Wiley & Sons, 2010. 15. (IT) Iraj Toutouchian; <i>Islamic Money and Banking: Integrating Money in Capital Theory</i> , John Wiley & Sons, 2009. 16. (YAR) Yahia Abdul-Rahman; <i>The Art of Islamic Banking and Finance</i> , John Wiley & Sons, 2010. 17. (IAG) Ismail, Abdul Ghafar; <i>Money, Islamic Banks and the Real Economy</i> , Cengage Learning, 2009.
<b>Panduan Penilaian</b>	17. Ujian Tengah Semester (25%) 18. Ujian Akhir Semester (25%) 19. Partisipasi (15%) 20. Tugas Individu (15%) 21. Tugas Kelompok (20%)
<b>Catatan Tambahan</b>	-

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar Keuangan Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keuangan Islam dan Keuangan Konvensional</li> <li>Perkembangan Keuangan Global, Konvensional, dan Islam</li> <li>Suku Bunga: Fakta dan Fiksi</li> </ul>	Memahami persamaan dan perbedaan anatar sistem keuangan konvensional dan sistem keuangan Islam, terutama terkait dengan konsep suku bunga.	HZA IT YAR IAG
2	Perbankan Islami dan Perbankan Konvensional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perbedaan Perbankan Konvensional dan Perbankan Islam</li> <li>Peran Perbankan Islam dan Konvensional dalam Investasi</li> </ul>	Memahami persamaan dan perbedaan anatar sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan Islam, terutama dalam kaitannya dengan mendukung kegiatan investasi.	HZA IT YAR IAG
3	Manajemen Modal dan Kewajiban Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen Modal Bank Islam</li> <li>Manajemen Kewajiban Bank Islam</li> </ul>	Memahami bagaimana pengelolaan modal dan kewajiban Bank Islam.	HZA IT YAR IAG
4	Manajemen Aset dan Transaksi Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen Aset Bank Islam</li> <li>Manajemen Transaksi <i>off-balance-sheet</i></li> </ul>	Memahami bagaimana pengelolaan aset dan transaksi-transaksi yang tidak dicatat dalam neraca dalam Bank Islam.	HZA IT YAR IAG
5	Kuliah Tamu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Praktik Perbankan Islam</li> </ul>	Memahami bagaimana Bank Islam beroperasi dan bagaimana peranannya dalam perekonomian Indonesia.	-
6	Ujian Tengah Semester			
7	Laporan Keuangan dan Sumber Dana Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laporan Laba / Rugi</li> <li>Sumber Dana Pihak Ketiga</li> </ul>	Memahami bagaimana laporan laba / rugi beserta bagi hasil dilakukan dalam Ban Islam serta memahami sumber-sumber dana pihak ketiga yang dihimpun dalam Bank Islam.	HZA IT YAR IAG
8	Pemanfaatan Dana Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemanfaatan Dana / Penyaluran Dana</li> </ul>	Memahami berbagai akad dalam menyalurkan / memanfaatkan Dana Pihak Ketiga dalam Bank Islam.	HZA IT YAR IAG
9	Penilaian Kinerja Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluasi Kinerja Bank Islam</li> </ul>	Memahami bagaimana melakukan evaluasi kinerja Bank Islam, baik melalui evaluasi internal maupun eksternal.	HZA IT YAR IAG
10	Peraturan Terkait Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regulasi Bank Islam</li> <li>Supervisi Bank Islam</li> </ul>	Memahami berbagai peraturan yang terkait dengan praktik Bank Islam dan bagaimana Bank Islam diawasi dalam pelaksanaannya.	HZA IT YAR IAG
11	Perkembangan Bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bank Islam di Abad ke-21</li> </ul>	Memahami berbagai potensi yang dimiliki oleh Bank Islam, begitu pula dengan tantangannya dimasa yang akan datang.	HZA IT YAR IAG
12	Ujian Akhir Semester			

<MM5025> Bisnis Teknologi

### 3. Matakuliah Pilihan

<MM6001> Manajemen Modal Insani

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6052	<b>Bobots:</b> 3 sks	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> People and Knowledge Management	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Modal Insani			
	Human Capital			
<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah ini merupakan kuliah pilihan yang bertujuan memperlengkap lulusan MBA dengan pemahaman yang sistematis, lengkap dan praktis mengenai manajemen sumberdaya manusia yang dipandang sebagai modal yang berperan memberikan nilai tambah bagi organisasi (manajemen modal insani)			
	This elective course was designed to equip graduates with a systematic, comprehensive and practical understanding of human resource management as a capital and add value to the organization (Human Capital)			
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini merupakan kuliah pilihan yang bertujuan memperlengkap lulusan MBA dengan pemahaman yang sistematis, lengkap dan praktis mengenai manajemen sumberdaya manusia yang dipandang sebagai modal yang berperan memberikan nilai tambah bagi organisasi. Diharapkan lulusan MBA akan memiliki kemampuan dalam menganalisis dan memecahkan persoalan manajemen modal insani mulai dari perencanaan metric manajemen sumberdaya manusia – mulai dari rekrutmen sampai phk. Serta pengembangan inisiatif SDM dalam menunjang sasaran bisnis dan organisasi.			
	This elective course was designed to equip graduates with a systematic, comprehensive and practical understanding of human resource management as a capital and add value to the organization (Human Capital). Learning outcome can be seen as the ability to analyze and solve human capital management problem - from design metrics of human resource management - from recruitment to severance. Initiative and the development of human resources to support business and organizational objectives			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Able to understand the role of human capital to business and organizational performance</li> <li>2. Able to identify the gap between current application of Human capital and best practices</li> <li>3. Able to develop and propose an outstanding Human Capital practices through HR initiatives that create added value to the organization (from hiring to firing)</li> </ol>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	[MM 5002 : People in Organization]	[Prasyarat,]		
	[MM : Business Leadership and Compensation Management]	[bersamaan,]		
<b>Kegiatan Penunjang</b>	[Company visit]			
<b>Pustaka</b>	[Ingham John , Strategic Human Capital ] ( <i>Pustaka utama</i> )			
	[Ulrich D, Value Driven Human Capital , ] ( <i>alternatif pendukung</i> )			
<b>Panduan Penilaian</b>	Quiz and weekly assignment 10 % Report on Company visit and interview : 10 % Group Assignment : 10 % Mid Test : 35 % Final Test : 35 %			
<b>Catatan Tambahan</b>	Reading HR research based paper or HR consulting paper are encouraged			

Mg #	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Basic Strategic Human Capital Practices	Top ten high Performing Organization and human capital practices	Able to identify business and organization performance as well as HC contribution as metrics Able to see the relation between business performance and HC practices	[Ingham J, Chapter 1 Saratoga PW white paper on HR metrics Accenture report on HR metrics
2	Accounting for People	People Management Strategy and best management practices HR/HC audit	Able to do the HR/HC audit	Ingham ,Chapter 2,3 Ulrich: Value on People

3	<i>Creating Value</i>	<i>Intangible capability through people</i>	<i>Able to develop HR/HC initiatives that have higher impact to performance</i>	<i>Ingham chapter 4-5 Case : PT. Indonesia Trafo</i>
4	<i>Managing and measuring human Capital</i>	<i>Human capital measurement approach</i>	<i>Able to propose internal research on HR/HC that may measure HC</i>	<i>Reading research based HR , Robinson D (2009) Human Capital measurement .....Strategic HR Review , Bingley : 2009, vol 8</i>
5	<i>Human Capital Practices</i>	<i>Company visits</i>	<i>Able to see "current –actual and identify HR problem" Indonesia context</i>	<i>Company visit and case Sarjono</i>
6	<i>Concept and Strategy of Human Capital</i>	<i>Personnel Management, Human Resource Management, and Human Capital Management</i>	<i>Memahami perbedaan dalam tataran konseptual dan praktis antar pendekatan dalam manajemen manusia</i>	<i>Boudreau and Ramstad (2007)</i>
7	<i>Building Job and Employee Profile</i>	<i>Competence based Approach and Talent Based Approach</i>	<i>Mampu menyusun profil jabatan dan pegawai berbasis kompetensi dan/ atau talent</i>	<i>Boudreau and Ramstad (2007)</i>
8	<i>Designing Career Planning</i>	<i>Career Cycle Career Path Career Management System</i>	<i>Mampu memahami dan menyusun sistem perencanaan karir</i>	<i>Boudreau and Ramstad (2007)</i>
9	<i>Designing Employee Development</i>	<i>Training need analysis Employee development approach</i>	<i>Mampu merancang kebutuhan dan metodapengembangan pegawai</i>	<i>Boudreau and Ramstad (2007)</i>
10	<i>Human Capital Practice</i>	<i>Practices of HC</i>	<i>Memahami aspek praktis dalam penerapan HC</i>	-

<MM6003> Manajemen Pengembangan Produk

<MM6004> Manajemen Risiko Korporasi

<i>Kode Matakuliah: MM-6011</i>	<i>Bobot sks: 3</i>	<i>Semester: 2 Genap</i>	<i>KK / Unit Penanggung Jawab: Sub KK Risiko Bisnis dan Keuangan</i>	<i>Sifat: Pilihan</i>
<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen Risiko Korporasi			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 44 dari 92</b>
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB  Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB.  Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

	<i>Corporate Risk Management</i>	
<b>Silabus Ringkas</b>	Dalam dunia bisnis saat ini, risiko diukur sejak bisnis mula dan secara terus-menerus diperhatikan selama bisnis tersebut masih tetap jalan. Risiko memiliki fungsi dalam menghasilkan imbal balik bagi suatu bisnis. Menurut prinsip keuangan, semakin tinggi risiko semakin tinggi imbal balik yang diperoleh maupun sebaliknya. Dengan demikian bagaimana mengelola risiko ini menjadi suatu bermanfaat bagi suatu bisnis dan tetap membuat suatu bisnis menjadi berkelanjutan.	
	<i>In a corporation or today's business world, 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. Risks are perceived anywhere and anytime. 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. That is a principle of Finance. So we have to deal with risks according to our appetite and business philosophy. So as long as the company runs the business sustainable for generating the return, risk will associate with it.</i>	
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini mengulas dan mendalami tentang topik-topik berhubungan dengan prinsip dan teori dari manajemen risiko bisnis. Mulai dari mengidentifikasi, mengevaluasi, membuat strategi dan kebijakan, kemudian mengorganisir sampai dengan strategi mengkomunikasikannya.	
	<i>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</i>	
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengerti apa itu teori dan konsep manajemen risiko yang berhubungan dengan perusahaan, memahami bagaimana melakukan tahapan dan prosedur dalam implementasi manajemen risiko.</li> <li>2. Mengerti dan menguasai penggunaan alat dalam melakukan pengelolaan risiko suatu bisnis korporasi.</li> <li>3. Memahami dan memperluas tahapan analisis manajemen risiko dan menerapkan dalam suatu prospektus bisnis dimasa depan dengan mengkonsepsinya dalam suatu proposal bisnis yang mempertimbangkan unsur risiko.</li> <li>4. Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila dikelola dengan baik.</li> </ol>	
<b>Matakuliah Terkait</b>	MM-5009 Manajemen Keuangan	Prasyarat
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kuliah, Tutorial, Diskusi dan Presentasi Tugas Kasus	
<b>Pustaka</b>	<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 &amp; Sons, 2005</p> <p>Elmiger Gregory &amp; Steve S. Kim, <i>Risk Grade Your Investments: measure your risk and create wealth</i>, John Wiley &amp; 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 &amp; Sons, 2004</p> <p>Wilmerding, Alex., "Terms Sheets and Valuations – a Line by Line Look at the Intricacies of Venture Capital Term Sheets and Valuations</p> <p>Harrington, Scott E. &amp; Niehaus, Gregory R.; <i>"Risk Management and Insurance"</i>, Irwin-McGraw-Hill, 1999</p> <p>Evans, James R. &amp; Olson, David L.; <i>"Introduction to Simulation and Risk Analysis"</i>, Prentice Hall, 2002.</p> <p>Van Deventer, Donald R; Imai, Kenji; Mesler, Mark.; <i>"Advanced Financial Risk Management"</i>, Wiley Finance, 2005</p>	
<b>Panduan Penilaian</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. UTS ( 25 %)</li> <li>2. UAS ( 35 %)</li> <li>3. Kuis ( 10 %)</li> <li>4. Tugas ( 20 %)</li> </ol>	
<b>Catatan Tambahan</b>	<p>Strategi pedagogi pembelajaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Terbentuknya suasana pembelajaran yang dinamis dengan memacu mahasiswa berdiskusi secara kritis.</li> <li>- Memberikan tugas-tugas yang memotivasi keaktifan seorang mahasiswa melalui proses grup diskusi dan partisipasi.</li> <li>- Mendorong mahasiswa agar terlatih membaca literature dalam bahasa Inggris yang berkaitan dengan substansi</li> </ul>	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Teori dan prinsip-prinsip dari manajemen risiko	-Dasar-dasar dari ilmu risiko - Risiko dan imbal balik - Tahapan dalam manajemen risiko - Manajemen risiko korporasi terpadu - Manfaat dari manajemen risiko	Mengerti apa itu teori dan konsep manajemen risiko yang berhubungan dengan perusahaan, memahami bagaimana melakukan tahapan dan prosedur dalam implementasi manajemen risiko.	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002

2	Identifikasi Risiko	-Metode identifikasi risiko - Klasifikasi Risiko - Tipe-tipe risiko	Mengerti dan menguasai penggunaan alat dalam melakukan pengelolaan risiko suatu bisnis korporasi.	-Carl, Olsson, <i>Risk Management in Emerging Markets: How to Survive and Prosper</i> , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2002 -Case 1: <i>How Risky is Your Company + A Framework for Risk Management + Countering the Biggest Risk of All (3 set of cases)</i>
3	Pengukuran Risiko	- Penggunaan dan penguasaan alat-alat dalam teknik mengidentifikasi dan mengukur risiko. - Probabilita suatu risiko - Kerugian dari suatu risiko	Mengerti dan menguasai penggunaan alat dalam melakukan pengelolaan risiko suatu bisnis korporasi.	-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 -Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004 -Case 2: <i>Ethan Berman at Risk Metrics Group (A)</i>
4	Pemetaan Risiko	- Pemetaan risiko atas dasar peluang terjadinya dan kemungkinan dari munculnya kerugian	Mengerti dan menguasai penggunaan alat dalam melakukan pengelolaan risiko suatu bisnis korporasi.	-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 -Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004 -Case 3: <i>United Grain Growers Ltd (A)</i>
5	Strategi manajemen risiko	- Teknik Mitigasi Risiko -Risiko yang terdata dan rencana aksi mengatasinya. - Asuransi - Derivatif	Memahami dan memperluas tahapan analisis manajemen risiko dan menerapkan dalam suatu prospektus bisnis dimasa depan dengan mengkonsepsinya dalam suatu proposal bisnis yang mempertimbangkan unsur risiko.	-Lewis, Nigel da Costa, <i>Operational Risk – with Excel and VBA, Applied Statistical Methods for Risk Management</i> , Willey Finance, John Wiley & Sons, 2004 -Wilmerding, Alex., “Terms Sheets and Valuations – a Line by Line Look at the Intricacies of Venture Capital Term Sheets and Valuations -Case 4: <i>Pine Street Capital</i> -Case 5: <i>Swap Transaction at Indosat</i>
6	<b>Ujian Tengah Semester</b>			
7	Risiko bisnis dalam kebijakan korporasi dan strukturisasi serta pengorganisasian isu-isu terkait dengan risiko	- Pakah risiko dikenali secara luas dalam kebijakan dan strategi suatu perusahaan? - Pentingnya SOP dan segregasi tugas dalam manajemen risiko.	Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila	-Harrington, Scott E. & Niehaus, Gregory R.; “ <i>Risk Management and Insurance</i> ”, Irwin-McGraw-Hill, 1999 -Evans, James R. & Olson, David L.; “ <i>Introduction to Simulation and Risk Analysis</i> ”, Prentice Hall,

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerangka Berpikir COSO and ISO 31000</li> <li>- Komunikasi Risiko dan Sistem Informasi</li> </ul>	dikelola dengan baik.	<p>2002.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Van Deventer, Donald R.; Imai, Kenji; Mesler, Mark.; " <i>Advanced Financial Risk Management</i>", Wiley Finance, 2005</li> <li>-Case 6 : <i>Simulation of Crystal Ball</i></li> </ul>
8	Kinerja pengukuran risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Value at Risk (VaR)</i></li> <li>- <i>Risk Adjusted Discount Rate (RADR)</i></li> <li>- Risk Based Capital</li> <li>- <i>Risk Adjusted Return on Capital</i></li> <li>- <i>Stress Testing, Back Testing, Simulation and Scenario Analysis</i></li> </ul>	Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila dikelola dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Wilmerding, Alex., "Terms Sheets and Valuations – a Line by Line Look at the Intricacies of Venture Capital Term Sheets and Valuations</li> <li>-Case 7: <i>The Enron Collapse</i></li> <li>-Case 8: <i>Foreign Exchange Strategies at GM</i></li> </ul>
9	Manajemen risiko perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pendekatan portofolio dalam manajemen risiko perusahaan</li> <li>- Metode pembuatan suatu manajemen risiko perusahaan</li> <li>- Manfaat dari manajemen risiko perusahaan</li> </ul>	Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila dikelola dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Harrington, Scott E. &amp; Niehaus, Gregory R.; " <i>Risk Management and Insurance</i>", Irwin-McGraw-Hill, 1999</li> <li>-Evans, James R. &amp; Olson, David L.; " <i>Introduction to Simulation and Risk Analysis</i>", Prentice Hall, 2002.</li> <li>-Van Deventer, Donald R.; Imai, Kenji; Mesler, Mark.; " <i>Advanced Financial Risk Management</i>", Wiley Finance, 2005</li> <li>-Case 9: <i>American Barrick Resources Corporation: Managing gold price risk</i></li> </ul>
10	Manajemen risiko kredit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisis 5C</li> <li>- Risiko kredit yang muncul</li> <li>- Pengukuran risiko suatu kredit</li> <li>- Peringkat kredit</li> </ul>	Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila dikelola dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Harrington, Scott E. &amp; Niehaus, Gregory R.; " <i>Risk Management and Insurance</i>", Irwin-McGraw-Hill, 1999</li> <li>-Van Deventer, Donald R.; Imai, Kenji; Mesler, Mark.; " <i>Advanced Financial Risk Management</i>", Wiley Finance, 2005</li> <li>-Case 10: <i>Risk Analysis in Power Plant Sector (Indonesia)</i></li> <li>-Case 11: <i>Simulation of Stress Testing</i></li> <li>-Case 12: <i>Honeywell, Inc. and Integrated Risk Management</i></li> </ul>
11	Manajemen risiko pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risiko pasar yang muncul</li> <li>- Pengukuran suatu risiko pasar</li> <li>- Mitigasi risiko pasar</li> </ul>	Mengerti betapa pentingnya suatu manajemen risiko dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan apabila dikelola dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Harrington, Scott E. &amp; Niehaus, Gregory R.; " <i>Risk Management and Insurance</i>", Irwin-McGraw-Hill, 1999</li> <li>-Evans, James R. &amp; Olson, David L.; " <i>Introduction to Simulation and Risk Analysis</i>", Prentice Hall, 2002.</li> <li>-Van Deventer, Donald R.; Imai, Kenji; Mesler, Mark.; " <i>Advanced Financial Risk Management</i>", Wiley Finance, 2005</li> <li>-Case 13: <i>Dana Reksa Bonds</i></li> <li>-Case 14: <i>Lufthansa: To</i></li> </ul>

				Hedge or Not to Hedge
12	Ujian Akhir Semester			

### <MM6005> Sistem Perbankan Islami

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 6012	<b>Bobot sks:</b> 3 sks	<b>Semester:</b> 3	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Sistem Perbankan Islami <i>Islamic Banking System</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Perbankan Islami adalah suatu bentuk perbankan alternatif yang tidak menggunakan pranata bunga, tetapi menggunakan pranata bagi hasil, jual-beli, sewa dan titipan dalam transaksi-transaksinya. Bentuk perbankan ini mempertimbangkan aspek-aspek: keadilan, keterbukaan dan kebersamaan, serta mengikuti syariat Islam. <i>Islamic banking is an alternative banking institutions that forbid the use of interest in their financial transaction. Islamic banking uses sale, lease and giro in their financial transaction instead of interest. Islamic banking is considering the following aspects: fairness, openness and accountable, and comply with Islamic law in their business.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini memberikan pemahaman mengenai konteks Perbankan Islami sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari adanya konsep sistem keuangan dan ekonomi Islam. Mahasiswa akan dibekali dengan pengetahuan mengenai dasar-dasar hukum Islam dari Al Qur'an dan Al Hadist serta pendapat-pendapat para ulama yang melatar belakangi lahirnya sistem perbankan Islami yang berkembang saat ini. Mata kuliah ini juga memberikan pengetahuan akad-akad/kontrak yang digunakan Perbankan Islami baik dari sisi penghimpunan dana ( <i>funding</i> ) maupun pembiayaan ( <i>financing</i> ) dalam operasional perbankan Islami. <i>This course provides an understanding of the context of Islamic banking as an integral part of the concept of Islamic economic and financial system. Students will be equipped with knowledge on the basics of Islamic law from the Koran and Al Hadith and the opinions of the scholars as the background of the emergence of the Islamic banking system developed at this time. This course also provides knowledge about contracts used in Islamic banking both in terms of funding and financing in the Islamic banking operations.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	5. Memahami latar belakang berkembangnya perbankan Islami 6. Memahami perbedaan antaran sistem Perbankan Islami dengan sistem keuangan konvensional 7. Memahami prinsip-prinsip dasar dalam perbankan Islami 8. Mengetahui akad-akad yang digunakan dalam perbankan Islami 9. Mengetahui perkembangan industri perbankan Islami terkini serta regulasi yang mengaturnya 10. Mengetahui isu-isu dan tantangan dalam pengembangan sistem perbankan Islami			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kunjungan ke salah satu Bank Islam			
<b>Pustaka</b>	1. Antonio, Muhammad Syafi'i, <b>BANK SYARIAH – Dari Teori ke Praktik</b> , Gema Insani Press, Jakarta, 2001. 2. Haron, Sudin & Wan Nursofiza Wan Azmi, <b>ISLAMIC FINANCE AND BANKING SYSTEM – Philosophies, Principles &amp; Practices</b> , McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, 2009. 3. Karim, Adiwarman A., <b>BANK ISLAM – Analisis Fiqih dan Keuangan</b> , PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007. 4. Laksana, Yusak, Panduan Praktis ACCOUNT OFFICER BANK SYARIAH – Memahami Praktik Proses Pembiayaan di Bank Syariah, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2009. 5. Rivai, Veithzal & A.P Veithzal & F.N. Idrus, <b>BANK AND FINANCIAL INSTITUTION MANAGEMENT – Conventional &amp; Syaria System</b> , PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007.			
<b>Panduan Penilaian</b>	UTS (35%), UAS (35%), Tugas (10%), Kuis (10%), Partisipasi (10%)			
<b>Catatan Tambahan</b>				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Latar Belakang Lahirnya Sistem Perbankan Islami	- Riba, Bunga Bank, Perbandingan Riba dan Bunga Bank, - Perbedaan Perbankan Islami dengan Perbankan umum -	- Memahami alasan dibalik lahirnya sistem perbankan Islami di dunia - Memahami perbedaan antara perbankan Islami dengan perbankan umum	Aliludin 1990, Antonio 2001
2	Perkembangan Sistem Perbankan Islami	- Sejarah perbankan Islami di Indonesia dan dunia - Isu-isu dan tantangan yang dihadapi	- Mengetahui sejarah perkembangan perbankan Islami	Aliludin 1990, Antonio 2001, Rivai 2007, www.bi.go.id
3	Dasar-dasar Perbankan	Deposit, Kredit, Bunga dll.	- Mengetahui sistem bisnis perbankan	Veithzal 2007, Kasmir 2006
4	Produk-produk Penghimpunan Dana (Funding)	Giro, Tabungan dan Deposito (Wadiah dan Mudharabah)	- Mengetahui produk-produk	Antonio 2001, Karim 2007, Khir

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 48 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		



			penghimpunan dana dalam perbankan Islam	2008
5	Praktik Perbankan Islam	Kuliah tamu bersama praktisi perbankan islam	- Memahami bagaimana perbankan islam beroperasi	-
6	UTS		-	
7	Produk-produk Service	Transfer, ATM, L/C, dll.	- Mengetahui produk-produk jasa selain produk penghimpunan dana (giro, tabungan dan deposito)	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008
8	Produk-Produk Penyaluran Dana: Murabahah, Ijarah	- Persyaratan produk murabahah dan Ijarah - Skema produk murabahah dan Ijarah - Perhitungan untuk produk murabahah dan murabahah -	- Memahami aplikasi produk murabahah dan Ijarah dalam perbankan Islam	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008, Laksmana 2009
9	Produk-Produk Penyaluran Dana: Musyarakah dan Mudharabah	- Persyaratan produk musyarakah dan mudharabah - Skema produk musyarakah dan mudharabah - Perhitungan untuk produk musyarakah dan mudharabah	- Memahami aplikasi produk musyarakah dan mudharabah dalam perbankan Islam	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008, Laksmana 2009
10	Studi Kasus	- Studi kasus perbankan Islam di Indonesia	- Mampu melakukan kajian kritis perbandingan lembaga keuangan Islam	Aneka Referensi
11	Review	- Diskusi menyeluruh mengenai topik minggu 1 hingga minggu 10	-	-
12	UAS			

### <MM6006> Analisis Pasar Modal

Kode Matakuliah: MM 6013	Bobot sks: 3 SKS	Semester: Genap dan Ganjil	KK / Unit Penanggung Jawab: Resiko Bisnis dan Keuangan	Sifat: Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Analisis Pasar Modal <i>Capital Market Analysis</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah Pasar Modal memberikan keseimbangan antara pembahasan dasar-dasar teori pasar modal dan peningkatan keterampilan dan perilaku sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku di pasar modal. <i>Capital market Course provides a balance in-depth discussion about fundamental theory and developing skill and attitude towards best practices in of capital market.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Kuliah ini menjelaskan konsep pasar modal dan seluruh instrument yang diperdagangkan di pasar modal seperti saham, obligasi, dan derivatif. Pada akhir perkuliahan, mahasiswa akan memahami bagaimana cara menjadi pelaku dan investor pasar modal. Untuk menjadi pelaku dan atau investor yang sukses, mahasiswa harus memahami etika maupun perilaku serta keterampilan terkait mekanisme perdagangan pasar modal serta strategi investasi. Topik yang akan didiskusikan meliputi saham, obligasi, dan instrument derivatif serta analisis fundamental, analisis teknikal, dan manajemen portofolio. <i>This course explains the concept of capital market and all instruments traded in the capital market such as stocks, bonds, and derivatives. At the end of the course, students would know how to be a trader and an investor in the capital market. To be a succeed trader and/or investor in capital market; students need to know the ethics/attitudes and the skills about the trading mechanism and the investment strategy. Topics to be discussed are stock, bond, and derivatives instruments, fundamental analysis, technical analysis, and portfolio management.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami bagaimana pasar modal beroperasi</li> <li>Mahasiswa memahami lembaga-lembaga utama dan caranya beroperasi di pasar modal</li> <li>Mahasiswa memahami bagaimana memanfaatkan lembaga-lembaga utama pasar modal</li> <li>Mahasiswa memahami konsep dan strategi dalam mengembangkan portofolio</li> <li>Mahasiswa memahami bagaimana teori-teori utama pasar modal dalam dunia nyata</li> <li>Mahasiswa memiliki kemampuan menulis dan keterampilan analitis dalam menyusun laporan penelitian</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	Manajemen Keuangan	Prasyarat		
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkuliahan</li> <li>Studi Kasus</li> <li>Praktikum (portofolio investasi saham pribadi)</li> <li>Kuliah tamu</li> </ul>			
<b>Pustaka</b>	18. (BK) Bodie, Kane M., Alan J. M., "Essential of Investments," 8th ed., McGraw-Hill, 2011. 19. (FM) Fabozzi, F., Modigliani, J., "Capital Market: Instruments and Institutions", Prentice Hall, 2003. 20. (RF) Reilly, Frank K, "Investment Analysis and Portfolio Management", 8th ed., Thomson South-Western, 2006. 21. (CFA) CFA (Chartered Financial Analyst) material.			
<b>Panduan Penilaian</b>	22. Ujian Tengah Semester (25%) 23. Ujian Akhir Semester (30%) 24. Tugas Kelompok (15%) 25. Tugas Individual (15%) 26. Kuis (15%)			

<b>Catatan Tambahan</b>	-
-------------------------	---

<b>Mg#</b>	<b>Topik</b>	<b>Sub Topik</b>	<b>Capaian Belajar Mahasiswa</b>	<b>Sumber Materi</b>
1	Pengantar Pasar Modal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mekanisme pasar modal</li> <li>Instrumen pasar modal</li> <li>Analisis teknikal</li> <li>Kode etik dan panduan profesional dalam pasar modal</li> </ul>	Memahami seluk beluk pasar modal beserta kode etik yang berlaku didalamnya serta mampu menggunakan analisis teknikal dalam berinvestasi di pasar modal.	BK (Bab 1) BK (Bab 2) BK (Bab 3) CFA
2	Risiko dan Imbal Balik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep risiko dan imbal balik</li> <li>Diversifikasi dalam mengelola risiko</li> </ul>	Memahami bagaimana keterkaitan antara risiko dan imbal balik serta penerapannya dalam aset tunggal maupun portofolio serta cara mengelola risiko dengan diversifikasi.	BK (Bab 5) BK (Bab 6) Case 1: Warren E Buffet, 2005 (Bruner)
3	Hipotesis Pasar Efisien	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep CAPM</li> <li>Hipotesis pasar efisien</li> </ul>	Memahami konsep CAPM dalam menganalisis ekspektasi imbal hasil serta terampil mempergunakan <i>spreadsheet</i> dalam menganalisis portofolio.	BK (Bab 7) BK (Bab 8)
4	Perilaku Keuangan dan Obligasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perilaku keuangan</li> <li>Imbal balik obligasi</li> </ul>	Memahami bagaimana perilaku manajer dan investor dalam pasar modal serta memahami konsep dan terampil dalam menghitung imbal balik obligasi.	BK (Bab 9) BK (Bab 10) Case 2: Gilda Sears (Coupon & Maturity)
5	Portofolio Obligasi dan Ekonomika Makro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengelolaan portofolio obligasi optimum</li> <li>Ekonomika makro</li> <li>Analisis industri</li> </ul>	Memiliki keterampilan dalam mengelola risiko portofolio obligasi dengan konsep durasi dan konveksitas serta memahami pengaruh ekonomi makro terhadap investasi dan pasar modal.	BK (Bab 11) BK (Bab 12) Case 3: First Coast bank (Yield Curve)
<b>Ujian Tengah Semester</b>				
6	Analisis Laporan Keuangan dan Valuasi Ekuitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valuasi ekuitas</li> <li>Analisis laporan keuangan</li> </ul>	Memahami konsep arus kas bebas terhadap ekuitas serta memiliki keterampilan dalam menganalisis laporan keuangan dan memantau dampaknya terhadap kinerja harga saham perusahaan.	BK (Bab 13) BK (Bab 14) Case 4: Marquette Investment Management
7	Option	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep option</li> <li>Pasar option</li> <li>Valuasi option</li> </ul>	Memahami konsep option sebagai salah satu produk pasar modal dan memiliki keterampilan dalam menilai harga option.	BK (Bab 15) BK (Bab 16) Case 5: American Investment Management
8	Futures dan Kinerja Portofolio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pasar futures</li> <li>Manajemen risiko</li> <li>Evaluasi kinerja portofolio</li> </ul>	Memahami profil risiko dari suatu portofolio investasi dan memiliki keterampilan dalam mengevaluasi kinerja portofolio.	BK (Bab 17) BK (Bab 18) Case 6: Exercise Option
9	Investasi dalam Era Globalisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Globalisasi dan investasi internasional</li> <li>Hedge fund</li> <li>Pajak dan inflasi</li> <li>Strategi investasi</li> </ul>	Memahami pasar modal internasional dan pentingnya diversifikasi serta memahami konsep pajak dan inflasi serta pengaruhnya terhadap strategi investasi.	BK (Bab 19) BK (Bab 20) BK (Bab 21)
10	Proses Investasi dan Penawaran Saham	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proses investasi</li> <li>Proses penawaran saham perdana</li> <li>Proses penawaran saham di pasar sekunder</li> </ul>	Memahami bagaimana proses investasi pada pasar saham dilakukan dan bagaimana teknis pencatatan saham di bursa saham dilakukan.	BK (Bab 22) Case 7: IPO PT. BRI, Tbk.
<b>Ujian Akhir Semester</b>				

### <MM6007> Analisis Proyek Investasi

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6014	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> III	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Analisis Investasi <i>Investment Analysis</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini menjelaskan mengenai konsep penganggaran modal dan studi kelayakan, untuk memilih alternatif terbaik pada beberapa proyek. <i>This course explains the concept of capital budgeting and feasibility study, to choose the best alternative for some projects.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Secara garis besar ruang lingkup Analisis Investasi ini adalah mencakup pengetahuan tentang penilaian kelayakan keuangan, maupun profitabilitas dan likuiditas keuangan perusahaan. Kedua hal ini			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 50 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	<p>merupakan kunci keberhasilan dalam mengelola perusahaan, agar mampu tumbuh dan berkembang secara adaptif terhadap lingkungan perusahaan. Mempelajari Manajemen Finansial juga harus memahami lingkungan perusahaan, dimana perusahaan berada. Instrumen dan lembaga keuangan yang membantu perusahaan untuk memperoleh dana yang dibutuhkan untuk beroperasi atau berinvestasi bagi perkembangan dan pertumbuhan perusahaan. Keberhasilan perusahaan ditentukan oleh kemampuannya dalam keputusan pendanaan strategis, baik melalui pinjaman bank, penerbitan obligasi ataupun saham (biasa ataupun istimewa), maupun keputusan pembiayaan taktikalnya.</p> <p><i>The scope of the Investment Analysis is included knowledge of the assessment of financial viability, profitability and liquidity as well as corporate finance. Both of these are key to success in managing the company, to be able to grow and develop adaptive to the corporate environment. Studying Financial Management must also understand the corporate environment, where the company is located. Instruments and financial institutions that help the company to obtain the funds needed to operate or invest for the development and growth of the company. The company's success is determined by its ability in strategic funding decisions, either through bank loans, issuance of bonds or shares (ordinary or special), and financing decisions.</i></p>				
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pemahaman dan perspektif tentang fungsi manajemen finansial baik di dalam perusahaan, maupun dalam kaitannya dengan ekonomi domestik dan internasional.</li> <li>• Memberikan ilustrasi praktek-praktek manajemen finansial dan beberapa kebijakan, proses, teknik dan strategi yang dipergunakan dalam manajemen finansial.</li> <li>• Mengembangkan pengetahuan tentang sifat dan jenis permasalahan serta kemungkinan terjadinya permasalahan manajemen financial dan meningkatkan kemampuan untuk menanganinya melalui pendekatan dan pengembangan strategi pemecahan masalah yang andal.</li> <li>• Mengembangkan keterampilan dalam perencanaan dan memantau fungsi-fungsi Manajemen Financial secara efektif, sehingga mampu menerapkan strategi manajemen yang tepat dalam menghadapi tantangan perusahaan.</li> </ul>				
<b>Matakuliah Terkait</b>	<table border="1"> <tr> <td>Manajemen Keuangan</td> <td>Prasyarat</td> </tr> <tr> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </table>	Manajemen Keuangan	Prasyarat	-	-
Manajemen Keuangan	Prasyarat				
-	-				
<b>Kegiatan Penunjang</b>					
<b>Pustaka</b>	<p>Bierman, H., Jr. &amp; S. Smidt, <i>The Capital Budgeting Decision – Economic Analysis of Investment Projects</i>, Macmillan Publishing Company, New York, 1993 (<i>Pendukung</i>)</p>				
<b>Panduan Penilaian</b>	<i>Partisipasi, Kuis, Tugas, UTS, UAS</i>				
<b>Catatan Tambahan</b>					

<b>Mg#</b>	<b>Topik</b>	<b>Sub Topik</b>	<b>Capaian Belajar Mahasiswa</b>	<b>Sumber Materi-Kasus:</b>
1	Pengenalan Pada Analisis Investasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen kelas</li> <li>• Tujuan perusahaan</li> <li>• Pentingnya analisis investasi</li> </ul>	Mampu memahami analisis investasi	PT. Kalabirang Marmer Lestari (1)
2	Konsep & Ulasan: Studi Kelayakan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep kelayakan bisnis</li> <li>• Konsep kelayakan keuangan</li> </ul>	Mampu menganalisis kelayakan investasi	PT Layak Alih Segera
3	Konsep & Ulasan: Basic Business Profitability (BBP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep dasar keuntungan perusahaan</li> <li>• Keputusan sumber pembiayaan</li> </ul>	Mampu membuat dan menghitung dengan metode BBP	PT. Kalabirang Marmer Lestari (2)
4	Konsep & Ulasan: Sumber-sumber Pembiayaan Proyek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumber pembiayaan berupa ekuitas</li> <li>• Sumber pembiayaan berupa hutang</li> </ul>	Memahami sumber-sumber keuangan yang dipakai untuk pendanaan proyek	PT. Dwipa Indonesia
5	Konsep & Ulasan: Analisa Kredit & Pengambilan Keputusan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakter</li> <li>• Kapasitas</li> <li>• Modal</li> <li>• Kondisi</li> <li>• Jaminan</li> </ul>	Mampu menganalisa kredit dan mengambil keputusan didalamnya	PT. Peony Blankets Indonesia
6	Ujian Tengah Semester			
7	Sumber dana "off-shore"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Letter of Credit</i> (Surat Keterangan Berhutang Dalam Negeri)</li> <li>• Pinjaman luar negeri</li> </ul>	Memahami sumber dana	PT Dimas Utama (DU)
8	Private Placement & Penawaran Saham Perdana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian saham</li> <li>• Proses penawaran terbatas</li> <li>• Proses pencatatan saham</li> </ul>	Memahami cara-cara penawaran saham perdana suatu perusahaan	PT Forindo Jaya Perkasa
9	Lindung Nilai & Derivatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Option</i></li> <li>• <i>Swap</i></li> </ul>	Memahami Lindung nilai dan derivatif	PT Smart Safe Fly

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Futures</i></li> <li>• <i>Forward</i></li> </ul>		
10	Pertukaran Keuangan, Pendanaan Kreatif & Rekayasa Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen Piutang</li> <li>• Manajemen Hutang</li> </ul>	Memahami konsep rekayasa keuangan	PT. Surya Prima Bahtera
11	Review	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi minggu 1 sampai minggu 10</li> </ul>		
12	UAS		Ujian	

<MM6008> Akad dan Produk Perbankan Islami

<b>Kode Matakuliah:</b> MM616	<b>Bobot sks:</b> 3 sks	<b>Semester:</b> 3	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Ilmu Keputusan dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Akad-Akad dan Produk-Produk Perbankan Islami			
	<i>Sharia Contracts and Products</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini akan menekankan pada aplikasi akad-akad syariah dalam perbankan Islami maupun keuangan Islam. Kuliah ini juga akan mengintegrasikan antara pengetahuan dasar dan prinsip-prinsip dasar dari Fiqh Muamalah dalam operasionalisasi perbankan Islami.			
	<i>This course will emphasise on applicable Shariah contracts in Sharia Banking &amp; finance. This course will also elaborate on fundamental knowledge of the concept and principles of Fiqh Muamalat in Sharia banking operation.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini memberikan pemahaman mengenai produk-produk perbankan Islami secara komprehensif mulai dari hukum-hukum Islam (Al Qur'an dan Al Hadist) maupun fiqh muamalat yang mendasarinya yang terepresentasikan dalam akad-akad sehingga menjadi produk yang dapat dioperasionalkan dalam industri perbankan Islami. Diharapkan setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat mengaplikasikan akad-akad dan akad pada transaksi-transaksi bisnis dan keuangan yang dalam perbankan Islami			
	<i>This course will emphasise on the comprehensive understanding of Islamic Banking products which are construct from Sharia law (Koran and Hadith) and Fiqh Mu'amalah, so it can be develop into Islamic banking products. The main objective of this course is that student have knowledge to applicate Islamic contracts and product in the financial and business transaction in Islamic Banking</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	11. Memahami latar belakang berkembangnya perbankan Islami 12. Memahami prinsip-prinsip dasar dalam perbankan Islami 13. Mengetahui akad-akad dan mampu mengaplikasikannya dalam produk-produk yang digunakan dalam perbankan Islami 14. Mengetahui perkembangan industri perbankan Islami terkini serta regulasi yang mengaturnya			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kunjungan ke salah satu Bank Islam			
<b>Pustaka</b>	6. DSN MUI Fatwa DSN-MUI Jakarta 2007 (Pustaka Utama) 7. Khir, Kamal & Lkesh Gupta & Bala Shanmugam, Islamic Banking – A Practical Prespective, Oearson Malaysia Sdn. Bhd., Petaling Jaya, 2008 (Pustaka Utama) 8. Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, Jakarta, Gaya Media Pratama, 2000 (Pustaka Utama) 9. Wiros, Produk Perbankan Syariah, Penerbit LPFE Usakti, Jakarta, 2009 (Pustaka Utama) 10. Wahbah Az-Zuhaily, <i>Al-Fiqh al-Islamy wa Adillatuh</i> , Dar al-Fikri, Beirut, 2007 (Pustaka Pendukung)			
<b>Panduan Penilaian</b>	UTS (35%), UAS (35%), Tugas (10%), Kuis (10%), Partisipasi (10%)			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengantar pada akad-akad syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiqh Muamalah</li> <li>- Akad-akad dalam keuangan Islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami dasar hukum dalam akad-akad yang digunakan dalam sistem keuangan Islam</li> </ul>	Aliludin 1990, Antonio 2001, Rivai 2007, www.bi.go.id
2	Aplikasi akad-akad syariah pada produk perbankan Islami	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplikasi akad murabahah, ijarah, musyarakah, mudharabah dll. Dalam perbankan Islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui aplikasi akad-akad syariah yang digunakan dalam perbankan Islami</li> </ul>	Veithzal 2007, Kasmir 2006
3	Produk-produk penghimpunan dana (funding)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola transaksi produk deposito, giro, dan tabungan</li> <li>- Perhitungan bonus untuk produk pengimpunan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui cara perhitungan produk-produk penghimpunan dalam perbankan Islami</li> </ul>	Aneka Referensi
4	Produk-produk jasa	Transfer, ATM, L/C, dll.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-produk penghimpunan jasa dalam perbankan Islami</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008
5	Praktik perbankan islami	Kuliah tamu bersama praktisi perbankan islami	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-produk perbankan islami yang</li> </ul>	-

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 52 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProd]-ITB.		

			berkembang di pasaran	
6	Ujian Tengah Semester			
7	Produk-produk Pembiayaan (Financing): Murabahah, Ijarah, Salam dan Istisna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pola transaksi produk murabahah, Ijarah, Salam dan Istisna'</li> <li>- Perhitungan untuk skema produk murabahah, ijarah, salam dan istisna'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui produk-pembiayaan murabahah, ijarah, dalam dan istisna</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008
8	Produk-Produk Penyaluran Dana: Musyarakah dan Mudharabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persyaratan produk musyarakah dan mudharabah</li> <li>- Skema produk musyarakah dan mudharabah</li> <li>- Perhitungan untuk produk musyarakah dan mudharabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami aplikasi produk musyarakah dan mudharabah dalam perbankan Islami</li> </ul>	Antonio 2001, Karim 2007, Khir 2008, Laksmna 2009
9	Analisis Kritis dan Komparatif I	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kritik dan komparasi lembaga keuangan, produk dan kompetisi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu melakukan kajian kritis perbandingan lembaga keuangan Islami dengan yang umum</li> <li>- Mampu melakukan kajian kritis perbandingan produk, promosi dan kompetisi perbankan Islami dengan yang umum</li> </ul>	Aneka Referensi
10	Dosen Tamu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praktek perbankan Islami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui praktek dan tantangan yang dihadapi dalam praktek perbankan Islami</li> </ul>	
11	Review akhir dan diskusi menyeluruh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi mengenai topik bahasan secara menyeluruh mulai dari minggu pertama hingga minggu terakhir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>	
12	Ujian Akhir Semester			

#### <MM6009> Pemerekan dan Komunikasi Pemasaran

Kode Matakuliah:	Bobot sks:	Semester:	KK / Unit Penanggung Jawab:	Sifat:
Nama Matakuliah	Pemerekan dan Komunikasi Pemasaran			
	Branding and Marketing Communication			
Silabus Ringkas	Konsep dasar adalah definisi merek itu sendiri. Banyak orang tidak benar-benar menyadari apa sebenarnya merek. Pengenalan yang terdiri dari pengenalan merek, peran merek, merek tujuan, ekuitas merek dan merek cakupan manajemen.			
	The basic concept is definition of the brand itself. Many people are not really aware of what is brand actually. The introduction consists of introduction of brand, roles of brand, brand objectives, brand equity and brand management scope.			
Silabus Lengkap	Langkah pertama adalah memperkenalkan mahasiswa kepada konsep-konsep merek. Langkah kedua adalah untuk belajar tentang analisis merek. Tujuannya adalah untuk mengetahui kesehatan merek dan mengidentifikasi masalah atau potensi untuk perkembangan merek. Sebelum itu, mahasiswa akan belajar tentang beberapa tindakan merek kinerja. Mahasiswa akan melakukan beberapa latihan tentang cara menganalisis kinerja merek. Mereka akan mengevaluasi kesadaran merek, nilai merek, brand positioning, pangsa pasar merek, dan persepsi kualitas merek. Langkah ketiga berisi pengantar strategi merek. Mahasiswa akan belajar tentang strategi merek yang berbeda diperlukan untuk bertahan hidup dan memimpin dalam keadaan yang berbeda. Mahasiswa akan menghabiskan lebih banyak waktu untuk mengembangkan komunikasi pemasaran terpadu yang diperlukan untuk membangun merek. Untuk menguji kompetensi mereka, mahasiswa akan bekerja pada sebuah proyek akhir kelompok yang menggabungkan semua pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari sepanjang kursus ini. Sepanjang jalan, mahasiswa akan mendiskusikan dan belajar dari studi kasus yang berbeda dan pemasaran.			
	The first step is introducing student to brand concepts. The second step is to learn about brand analysis. The objective is to know the brand health and identify problems or potentials for brand to grow. Prior to that, students will learn about some measures of brand performance. Students will do some exercise on how to analyse performance of a brand. They will evaluate brand awareness, brand value, brand positioning, brand market share, and brand quality perceptions. The third step contains introduction to brand strategy. Students will learn about different brand strategies required to survive and lead in different circumstances. Students will spend more times to develop integrated marketing communication required to build the brand. To test their competencies, students will work on a final group project that combine all knowledge and skills they have learned throughout this course. Along the way, students will discuss and learn from different case studies of branding and marketing communication.			
Luaran (Outcomes)	After completing this course, students will have required competencies as an assistant brand manager and demonstrate leadership, teamwork, and communication skill required to perform their role as assistant brand manager effectively.			
Matakuliah Terkait				
Kegiatan Penunjang	Proyek Persentasi dan Diskusi Kelompok			

<i>Pustaka</i>	<p><u>Main text book:</u> Kevin L. Keller, 2008, <i>Strategic Brand Management</i>, 3<sup>rd</sup> Edition, Prentice Hall.</p> <p><u>Supporting text:</u> John A. Davis, 2010, <i>Competitive Success: how branding adds value</i>, John Wiley &amp; Sons, Ltd. J.N. Kapferer, 2008, <i>The New Strategic Brand Management</i>, 4th Edition, Kogan Page</p>														
<i>Panduan Penilaian</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Item</th> <th>Weight</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Blog</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Individual class participation</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Mid Test</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Group Final Project</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>100%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Item	Weight	Blog	10%	Individual class participation	20%	Mid Test	30%	Group Final Project	40%	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		
Item	Weight														
Blog	10%														
Individual class participation	20%														
Mid Test	30%														
Group Final Project	40%														
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>														
<i>Catatan Tambahan</i>															

<MM6010> Perilaku Konsumen

<i>Kode Matakuliah:</i> MM6022	<i>Bobot sks:</i> 3	<i>Semester:</i> 2	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i>	<i>Sifat:</i> [Wajib Prodi/ Pilihan]
<i>Nama Matakuliah</i>	Perilaku Konsumen			
	Consumer Behavior			
<i>Silabus Ringkas</i>	<p>Perilaku konsumen merupakan salah satu aspek yang paling menarik dan penting dari manajemen pemasaran. Semua keputusan yang terlibat dalam mengembangkan bauran pemasaran untuk produk atau jasa mengandalkan pengetahuan yang mendalam tentang konsumen yang terdiri dari target pasar.</p> <p>Consumer behavior is one of the most interesting and important aspects of marketing management. All decisions involved in developing an affective marketing mix for a product or service rely thorough knowledge of the consumers who comprise the target market.</p>			
<i>Silabus Lengkap</i>	<p>Perilaku konsumen adalah studi individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memenuhi kebutuhan dan dampak proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat. Memahami perilaku konsumen dapat membantu pemasar mengantisipasi reaksi terhadap perubahan dalam strategi pemasaran atau menentukan kapan produk baru kemungkinan akan diadopsi. Perilaku konsumen juga terkait erat dengan riset pemasaran. Sebuah pemahaman praktis tentang konsumen dapat membantu dalam pemilihan metodologi penelitian yang sesuai, desain pertanyaan dan seleksi, serta menafsirkan tanggapan konsumen.</p> <p>This course studies of individuals, groups, or organizations and the processes they use to select, secure, use, and dispose of products, services, experiences, or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the consumer and society. Understanding the behavior of consumer can help marketers anticipate reactions to changes in the marketing strategy or determine when new products are likely to be adopted. Consumer behavior is closely related to marketing research. A practical understanding of the consumer aid in the selection of an appropriate research methodology, question design and selection, as well as interpreting consumer responses.</p>			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	<p>Bertujuan untuk mengajarkan dan mengembangkan kompetensi sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen Indonesia dan Global Consumer</li> <li>2. Kemampuan untuk menggunakan alat analitik dan netnography (teknologi berbasis ethography)</li> <li>3. Membuat strategi pemasaran yang lebih baik berbasis pelanggan dan pengambilan keputusan</li> <li>4. Memahami pemasaran Etis dan perlindungan konsumen</li> <li>5. Keterampilan interpersonal, tim kerja, hubungan pelanggan, dan komunikasi pemasaran</li> </ol>			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 54 dari 92</b>
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

<b>Matakuliah Terkait</b>	MB6021-MB7222 ,Riset Pemasaran										
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Latihan dan Presentasi Konsep										
	1. Marieke de Mooij, Consumer behavior and Culture, Consequences for Global Marketing and Advertising, 2nd Ed, 2011, SAGE, ( <i>Pustaka utama</i> )										
	2. Penny Carte and Chris Fox, Canning Bridging the Cultural Gap, a Practical Guide to International Business Communication, 2006, ( <i>Pustaka pendukung</i> )										
	3. Hoyer/MacInnis ,Consumer Behavior, 4 <sup>th</sup> Ed., Mc Graw Hill , 2007 ( <i>Pustaka utama</i> )										
	4. Michael R. Solomon, Consumer Behavior - Buying, Having, and Being , 7 <sup>th</sup> Ed., 2007, ( <i>Pustaka pendukung</i> )										
	5. Hawkins, Mothersbaugh, and Best ,Consumer Behavior, 10 <sup>th</sup> Ed, 2007, ,Mc Graw Hill( <i>Pustaka pendukung</i> )										
	6. Jay D. Linquist, M Joseph Sirgy, <b>Shopper, Buyer, and Consumer Behavior</b> , 4 <sup>th</sup> Ed., 2009, Atomic Dog										
	7. Leon Schiffman /Leslie Lazar Kanuk ,Consumer Behavior, 9 <sup>th</sup> Ed., 2007,										
	8. Colin Shaw ,The DNA of Costumer Experience: How Emotions Drive Value, , 2007										
	9. Clifford J Shultz , Marketing and Consumer Behavior in East and South East Asia, 1998, Anthony Pecotich, , Mc Graw Hill										
	10. Emotion and Reason in Consumer Behavior, 2006, Arjun Chaudhuri, Elsevier										
	11. Critical Thinking in Consumer Behavior: Cases and Experiential Exercises, 2010, Judy Graham, Pearson Consumer Bahavior, 14 <sup>th</sup> Ed., 2006, J.F Blackwell, R.D Miniard										
<b>Panduan Penilaian</b>	<table border="0"> <tr> <td>Quiz and Participation</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Individual Homework</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Group assignment</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Mid Term Exam</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Final Term Exam</td> <td>30%</td> </tr> </table>	Quiz and Participation	10%	Individual Homework	10%	Group assignment	20%	Mid Term Exam	30%	Final Term Exam	30%
Quiz and Participation	10%										
Individual Homework	10%										
Group assignment	20%										
Mid Term Exam	30%										
Final Term Exam	30%										
<b>Catatan Tambahan</b>											

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Peran Consumer Behaviour Dalam Strategic Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengantar Consumer Behaviour</li> <li>Marketing Strategic</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>memahami manfaat mempelajari perilaku konsumen dalam studi manajemen, khususnya ilmu pemasaran</li> <li>Memahami perannya Consumer Behavior dalam Pembuatan Pemasaran Strategic</li> </ul>	4: Bab 1 3: Bab 2
2	Consumption Pattern	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumption Pattern</li> <li>Analisis Convergence (Divergence) Market Indonesia dan Asean</li> </ul>	<p>Mahasiswa:</p> <p>Mampu menganalisa Convergence pada Pola Konsumsi Masyarakat</p>	1: Bab 1 sd 4
3	Culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi Budaya</li> <li>Komponen Budaya</li> <li>Dimensi Budaya dan dampaknya pada perilaku pembelian</li> </ul>	<p>Mahasiswa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami pentingnya budaya dalam pembentukan perilaku konsumen</li> <li>Memahami perbedaan budaya dan antisipasinya</li> <li>Mampu menganalisa budaya melalui dimensi-dimensi budaya</li> </ul>	1: Bab 1 sd 4 4: Bab 16 7 : Bab 14 11
4	External Influences:	<p>External Influences:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Family,</li> <li>References,</li> <li>Group</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>memahami konsumen sebagai makhluk social dan peran factor ini dalam pengambilan keputusan</li> </ul>	3 : Bab 16 4: Bab 11, 13 dan 14 11

5	Consumer's Knowledge, Understanding and Perception	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumer Learning,</li> <li>Consumer's Knowledge,</li> <li>Consumer Perception</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>memahami peran pengolahan informasi dan Persepsi Konsumen dalam pengambilan keputusan</li> </ul>	<p>3: Bab 4, dan 5 5 : Bab 9 11 Case 1: Product Team Cialis: Getting Ready to Market</p>
6	Memory, Retrieval and Decision Making	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memory,</li> <li>Retrieval and</li> <li>Decision Making</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>memahami factor-faktor yang terkait dalam proses pengambilan keputusan</li> </ul>	<p>3: Bab 8 dan 9 4 : Bab 12 5 : Bab 9 dan 16 11 Case 2: HBR Tinplate Company of India Need for a conceptual Focus</p>
7	Consumer Value and Motives	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumer Value a</li> <li>Motives</li> <li>Pengukuran Value</li> <li>Diskusi Kasus mengenai perbedaan pemahaman Value</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu melakukan berbagai pengukuran Value</li> <li>Manfaat Value pada Strategi persuasi</li> <li>Memprediksi Motivasi untuk membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa</li> </ul>	<p>1: Bab 15 2: Bab 4 Case 3: HBR : Aqualisa Quartz: Simply a Better</p>
8	Consumer Psychographics	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personality</li> <li>The Self</li> <li>Lifestyle</li> <li>\Pengukuran respon</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <p>Memahami pengaruh kepribadian dan konsep diri terhadap respon merek pada stimulus pemasaran</p>	<p>3: Bab 15 5: Bab 5 Case 4: HBR <a href="#">Sales Brain LLC-B2B Communications</a></p>
9	Consumer Adoption	<p><b>Proses Adopsi inovasi :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opinion leadership</li> <li>Difusi inovasi</li> <li>Proses adopsi</li> <li>Consumer innovator</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>memahami peran konsumen dalam adopsi inovasi</li> <li>memahami proses adopsi inovasi</li> </ul>	<p>3 dan 4 Bab 17</p>
10	Consumer's Experience	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klaster Emosi Negatif</li> <li>Klaster Emosi Positif</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu mengenali permasalahan yang membangkitkan emosi merusak pengalaman konsumen</li> <li>Mampu membuat strategi Consumer Experience yang membuat konsumen loyal</li> </ul>	<p>3: Bab 11 8</p>
11	Consumer Satisfaction and loyalty	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diskusi Kasus</li> <li>Consumer Satisfaction</li> <li>Pengukuran</li> <li>Strategi Consumer loyalty</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu mengukur Kepuasan Konsumen</li> <li>Mampu membuat Program Loyalitas</li> </ul>	<p>3: Bab 11 Case 5 : HBR Carnival Cruise Lines, 2005</p>
12	Attitude	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembentukan Sikap</li> <li>Pengubahan Sikap</li> </ul>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami konsumen dari pembentukan sikapnya serta perubahan sikapnya</li> </ul>	<p>4 : Bab 8 11:</p>
13	Attitude	Diskusi Kasus	Mahasiswa :	Case 6 : HBR



	Change Strategy	Strategi Mengubah Sikap	<ul style="list-style-type: none"> <li>mampu membuat strategi untuk mengubah sikapnya untuk meningkatkan persepsi konsumen, niat, kepuasan dan loyalitas</li> </ul>	<a href="#">Gaming the Gamers: Using Experience Maps to Develop Revenue-Generating Insights</a>
14	Pemasaran Etis dan Perlindungan Konsumen	Diskusi Kasus Strategi Pemasaran etis	Mahasiswa Mampu membuat strategi pemasaran etis dan Perlindungan Konsumen	Case 7 : HBR Marketing planning at Just us

<MM6011> Riset Pemasaran Terapan

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6023	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> 2	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b>	<b>Sifat:</b> [Wajib Prodi/ Pilihan]
<b>Nama Matakuliah</b>	Riset Pemasaran Terapan			
	Applied Marketing Research			
<b>Silabus Ringkas</b>	Riset pemasaran adalah cara perusahaan memperoleh informasi mengenai pelanggan dengan menggunakan cara pengumpulan informasi yang sistematis dan berguna sebagai pedoman dalam pembuatan keputusan			
	Marketing research is the way companies obtain customer insights by gathering a systematic information and very useful for a management decision guidance			
<b>Silabus Lengkap</b>	Riset pemasaran adalah sebuah cara yang terorganisir untuk menyediakan informasi dalam memenuhi tujuan pengambilan keputusan. Kualitas informasi, misalnya validitas dan reliabilitasnya, tergantung pada keseriusan yang dilakukan dalam melaksanakan berbagai langkah dari proses riset pemasaran. Langkah-langkah ini meliputi definisi masalah, desain penelitian (eksplorasi, deskriptif dan kausal), metode pengumpulan data, desain kuesioner dan pengukuran sikap, skema pengambilan sampel, dan analisis data. Dalam kuliah ini akan diberikan penekanan pada aspek kualitatif dan kuantitatif riset pemasaran dan bagaimana mereka membantu para manajer dalam menangani masalah pemasaran substantif.			
	Marketing research is simply an organized way of developing and providing information for decision making purposes. The quality of the information, for example its validity and reliability, depends on the care exercised in executing the various steps of the marketing research process. These steps include problem definition, research design (exploratory, descriptive and causal), data collection methods, questionnaire design and attitude measurement, sampling schemes, and data analysis. In this course emphasis will be given to both qualitative and quantitative aspects of marketing research and how they help managers in addressing substantive marketing problems.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mata kuliah ini bermaksud agar mahasiswa dapat memahami dan mampu dalam : 1. Menerjemahkan masalah pemasaran ke dalam masalah penelitian. 2. Memahami bahwa riset pemasaran merupakan proses yang melibatkan sederetan kegiatan yang memiliki hubungan erat satu sama lainnya. 3. Memahami secara lengkap dan menyeluruh kekuatan dan kelemahan berbagai alternatif rancangan penelitian pemasaran. 4. Menguasai secara umum pemilihan dan penggunaan teknik analisis data univariate dan multivariat serta memami implikasi manajerial dari hasil analitikal yang diperoleh. 5. Menyusun, merancang dan melaksanakan suatu riset pemasaran tingkat dasar.			
<b>Matakuliah Terkait</b>	MM6053, Riset Pemasaran Terapan	Telah Lulus Perilaku Konsumen		
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Latihan dan Presentasi Konsep			
	Naresh K. Malhotra, "Marketing Research : An Applied Orientation, Prentice Hall International, Inc, Fifth Edition, 2010.			
	2. David A. Aaker, V. Kumar, George S. Day, "Marketing Research", John Wiley & Sons, Seventh Edition, 2010.			
	3. Joseph F Hair, Rolph E Anderson, Ronald L Thatam William C Black, "Multivariate Data Analysis", Prentice Hall, Inc, Fifth Edition, 2010.			
<b>Panduan Penilaian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Midterm Exam : 25%</li> <li>Project Progress Presentation : 25%</li> <li>Quiz : 10%</li> <li>Class Participation : 15%</li> <li>Final Exam : 25%</li> </ul>			
<b>Catatan Tambahan</b>				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
-----	-------	-----------	---------------------------	---------------

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 57 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

1	Riset Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peran riset dalam keputusan pemasaran.</li> <li>2. Tipe tipe riset pemasaran</li> <li>3. Proses riset pemasaran</li> <li>4. Etika dalam riset pemasaran</li> <li>5. Riset pemasaran di dunia barat dan timur</li> </ol>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peran riset dalam keputusan pemasaran.</li> <li>• Tipe tipe riset pemasaran</li> <li>• Proses riset pemasaran</li> <li>• Etika dalam riset pemasaran</li> <li>• Riset pemasaran di dunia barat dan timur</li> </ul>	Naresh K. Malhotra,
2	Perumusan Problem	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perumusan Problem Marketing Research</li> <li>2. Pendekatan untuk Mengatasi Problem</li> </ol>	<p>Mahasiswa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merumuskan Problem yang akan diteliti dalam MR</li> <li>• Mengembangkan Pendekatan untuk Mengatasi Problem</li> </ul>	Naresh K. Malhotra,
3	Perumusan Research Design Exploratory Reseach Design	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secondary Data &amp;</li> <li>2. Qualitative Reseach</li> </ol>	<p>Mahasiswa:</p> <p>Mampu melakukan riset Kualitatif:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus Group Discussion</li> <li>• Interview</li> <li>• Data Sekunder</li> <li>• Projective Techniques</li> <li>• Ethnography marketing</li> </ul>	Naresh K. Malhotra,
4	Perumusan Research Design Descriptive research design	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Survey</li> <li>2. Observation</li> </ol>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami Cara melakukan survey dan observasi</li> </ul>	Naresh K. Malhotra,
5	Perumusan Research Design Causal Reseach Design	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep kausalitas.</li> <li>2. Pemilihan desain eksperimental dalam riset pemasaran</li> <li>3. Penyusunan eksperimen.</li> </ol>	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami Konsep kausalitas.</li> <li>• Pemilihan desain eksperimental dalam rset pemasaran</li> <li>• Penyusunan eksperimen.</li> </ul>	Naresh K. Malhotra,
6	Pengukuran variabel dan Pengumpulan data.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep pengukuran dan scaling.</li> <li>2. Validitas dan Reliabilitas.</li> </ol>	<p>Mahasiswa memahami :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengukuran variable.</li> <li>• Konsep pengukuran dan scaling.</li> <li>• Validitas dan Reliabilitas.</li> <li>• Perumusan tujuan penelitian.</li> <li>• Pengumpulan data untuk setiap jenis riset</li> </ul>	
7	Perencanaan Pengumpulan Data	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain kuisioner,</li> <li>2. sampling,</li> <li>3. analisis data,</li> <li>4. pengujian hipotesis</li> </ol>	<p>Mahasiswa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknik dan proses penyusunan kuisioner.</li> <li>2. Penentuan dan penggunaan teknik sampling.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memilih teknik analisis data.</li> <li>2. Pengujian hipotetsis</li> <li>3. Beberapa contoh aplikasi.</li> </ol>	Naresh K. Malhotra,
7	Pembuatan Proposal Penelitian		<p>Mahasiswa mampu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan riset</li> <li>• Membuat Proposal</li> </ul>	
9	Pengumpulan Data Kualitatif		<p>Mahasiswa berpengalaman dalam melakukan riset Kualitatif:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus Group Discussion</li> <li>• Interview</li> <li>• Data Sekunder</li> <li>• Projective Techniques</li> <li>• Ethnography marketing</li> </ul>	Kegiatan lapangan
10	Pengumpulan Data Kuantitatif		<p>Mahasiswa berpengalaman dalam melakukan survey dan observasi</p>	Kegiatan lapangan

11	Aplikasi Analisis data dasar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis deskriptif.</li> <li>2. Metode univariat.</li> <li>3. Cross tabulation.</li> <li>4. Chi Square</li> </ol>	<p>Mahasiswa berpengalaman dan Mampu melakukan analisis Proyek risetnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• deskriptif.</li> <li>• Metode univariat.</li> <li>• Cross tabulation.</li> <li>• Chi Square</li> </ul>	Hair et al
12	Aplikasi Anova, Korelasi dan regresi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi penggunaan Anova.</li> <li>2. Aplikasi Korelasi</li> <li>3. Aplikasi Regesi</li> </ol>	<p>Mahasiswa berpengalaman dan Mampu melakukan analisis Proyek risetnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikasi penggunaan Anova.</li> <li>• Aplikasi Korelasi</li> <li>• Aplikasi Regesi</li> </ul>	Hair et al
13	Aplikasi Multivariat dan Analisis Faktor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maksud dan tujuan analisis multivariat dan penerapannya dalam riset pemasaran.</li> <li>2. Persiapan data</li> <li>3. Analisis dan interpretasi.</li> <li>4. Maksud dan Tujuan Analisis faktor serta penerapannya dalam riset pemasaran.</li> <li>5. Persiapan data</li> <li>6. Analisis dan interpretasi.</li> </ol>	<p>Mahasiswa berpengalaman dan Mampu melakukan analisis Proyek risetnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multivariat dan</li> <li>• Analisis Faktor</li> </ul>	Hair et al
14	Membuat Laporan Riset		<p>Mahasiswa Mampu membuat laporan riset</p>	

<MM6012> Kepemimpinan Bisnis

<b>KodeMatakuliah:</b> MM 6051	<b>Bobot/sks:</b> 3 sks	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> People and Knowledge Management	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>NamaMatakuliah</b>	Kepemimpinan Bisnis			
	Business Leadersip			
<b>SilabusRingkas</b>	<p>Mata kuliah ini merupakan kuliah pilihan yang bertujuan memperlengkapi lulusan MBA dengan pemahaman yang sistematis, lengkap dan praktis mengenai kerangka pembelajaran kepemimpinan yang terpadu antara kinerja pemimpin yang dipengaruhi oleh kapabilitas organisasi yang dipimpin, budaya organisasi yang terbentuk, strategi bisnis yang ditetapkan serta pembelajaran mendalam mengenai sipemimpin itu sendiri .</p> <p>This course is aimed to equip student an integrated , systematic, comprehensive and practical of leadership learning framework that integrate organization performance that influenced by organizational capabilities as a results of organizational culture ,business strategy and in-depth learning about the leader itself.</p>			
<b>SilabusLengkap</b>	<p>Mata kuliah ini merupakan kuliah pilihan yang bertujuan memperlengkapi lulusan MBA dengan pemahaman yang sistematis, lengkap dan praktis mengenai kerangka pembelajaran kepemimpinan yang terpadu antara kinerja pemimpin yang dipengaruhi oleh kapabilitas organisasi yang dipimpin, budaya organisasi yang terbentuk, strategi bisnis yang ditetapkan serta pembelajaran mendalam mengenai si pemimpin itu sendiri. Pembelajaran kepemimpinan yang terintegrasi mencakup pembelajaran terkait dengan kinerja organisasi yang dipengaruhi oleh kapabilitas organisasi yang merupakan hasil dari pemimpin sebagai seorang individu, budaya organisasi yang dibentuk, serta strategi yang ditetapkan oleh si pemimpin tersebut</p> <p>This course is aimed to equip student an integrated , systematic, comprehensive and practical of leadership learning framework that integrate organization performance that influenced by organizational capabilities as a results of organizational culture ,business strategy and in-depth learning about the leader itself.</p>			

	At completion of this course, the participants will be able to identify the variety of roles and styles that exemplary business leaders employ, and the situations in which each style is appropriate. Participants will demonstrate improved communication and team work skills. It is also expected that participant will have the ability to see that to achieve business performance, they have to have business acumen and people acumen at the same time They will be able to identify and apply techniques for continuous improvement their leadership abilities.	
<i>Luaran (Outcomes)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Able to understand integrated of leadership learning frame work to achieve business performance</li> <li>2. Able to study the relationship between Leadership – Culture – and Business Strategy in creating organizational Capability .</li> <li>3. Able to identify the variety of roles and styles that exemplary business leaders employ, and the situations in which each style is appropriate</li> <li>4. Able to apply leadership personal project to apply the best exemplary leader</li> <li>5. Have appropriate business acumen and people acumen at the same time</li> </ol>	
<i>MatakuliahTerkait</i>	[MM 5002 : Peope in Organization]	[Prasyarat,]
	[MM 6013 : Change Management]	[bersamaan,]
<i>KegiatanPenunjang</i>	[Company visit]	
<i>Pustaka</i>	[Ingham John , Strategic Human Capital ] ( <i>Pustakautama</i> )	
	[Bangun YR, Anggoro Y – Kepemimpinan ABG , SBM ITB 2012 (utama 2 )	
	[Kouzes & Posner., The Leadership Challenge, Fourth Edition, 2012) (Utama3)	
	Hughes et al., Leadership, Enhancing the Lessons of Experience, 2009 (Tambahan) McShane et al., Organizational Behavior (Essentials), 2007.	
<i>PanduanPenilaian</i>	Quiz and weekly assignment 10 % Report on business leader interview : 20 % Group Assignment : 10 % Mid Test: 20% (will be represented by means of Personal-Best Leadership Project) Final Test : 40 %	
<i>CatatanTambahan</i>	<i>Reading Leadership - culture – business strategyor HR related research based papers are encouraged</i> <i>Personal-best leadership project will be briefed at the first session of the module in order to have sufficient time to conduct the individual Business Leadership project</i>	

Mg#	Topik	Sub Topik	CapaianBelajarMahasiswa	SumberMateri
1	Business Strategy and Leadership	Leadership in Turbulence Industry Impact External  Link Business Strategy to Leadership Model  Miles and Snow Typology  Organizational Capability	Able to identify business performance are influenced industry environment turbulent Able to understand an intergrated approach to learning leadership framework	Leader who build leader  Kepemimpinan ABG chapter 1-3 -4  Case : Kumar Mangalam Birla  McKinsey articles - Leading in hardtimes and How Leader tap to current strategy
2	Leadership from time to time	From traits – behavior – current theory  Situational Leadership  Transactional and transformational  Strategic Leadership	Able to understand point of view of voice of scholar in leadership theory	Case : Howard Schultz at Starbuck Strategic Leadership – Instrument Leadership – John Antonakis
3	Leader and Problem Solving  ABG Leadership	Vroom Model of Decision Making  The characters and skills overlap among ABG leaders	Able to see the impact of decision making and get support  Willing to develop characters and skills relate to A-B-G sectors journey	Vroom Model cases Case : ibu Sri Mulyani  Kepemimpinan chapter 6-7-8
4	Are you ready to lead?	Leader and high impact leadership  Action Plan	Able to coordinate program to be more easy to control and avoid potential problem	The Kepner Model of APP
5	Implementing EQ in Leadership Position	Story Telling	Able to enhance the way to inspire follower by put “emotion intelligence”	Building EQ in group
6	Various Perspectives on Leadership	Leadership in Organizational Settings  Personal-best Leadership Project  Credibility is the Foundation of Leadership	Students understand about various Leadership Perspectives	Reading Ch12 (McShane) Reading Ch01 & Ch02 Kouzes & Posner HBR : What Leaders Really Do
7	Personality and Leadership Competencies	Five Practices of Exemplary Leaders  Leadership Behavior  Leadership and Values	Students understand the competencies of leadership and how personality and values become the drives for leadership	Read Ch03 & Ch04 (Kouzes&Posner) HBS Case: Coach Knight and Coach K HBS Case: Zappos.com2009: Clothing, Customer Service and Company Culture
8	Leadership and Values-based Management	Inspired a Shared Vision  Envision the future and enlist others	Students understand the two tasks of a leader related to Values-based management	Read Ch05&06 (Kouzes&Posner) HBS Case: IBM’s Decade of Transformation: Uniting Vision and Values HBS Case: Meg Whitman at eBay (A) HBR Article: Build Your Company’s Vision
9	The Leadership Journey	Challenge the Process  Search for Opportunities & Experiment and Take Risks	Students understand what it takes to develop capable leaders	Read Ch07&08 (Kouzes&Posner) HBR Article: The Leadership Journey HBR Article: Level 5 Leadership HBS Case: GE’s Jeff Immelt: The Voyage from MBA to CEO
10	Leadership & Change	Effective Transformational Leadership Formula  Change Agenda	Students understand the effective leadership formula dan be able to use the management tools to execute the leaderships effectiveness and the 5 practices of exemplary leadership	HBR Articles: Leading Change – Why Transformation Efforts Fail HBS Case: Gillette Company (A): Pressure for Change Read Ch09 to Ch12 (Kouzes&Posner)
<b>Final Exam and the Submission for Personal-Best Leadership Project</b>				

<M6018> Manajemen Kekayaan Syariah

<b>Kode Matakuliah:</b> MB 6068	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> 3	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Kekayaan Syariah			
	<i>Islamic Wealth Management</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Perkuliahan ini memberikan pemahaman secara luas mengenai proses merencanakan dan mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dalam berbagai tahapan kehidupan dengan tujuan akhir mencapai kemakmuran baik dunia maupun akherat dengan berdasarkan landasan syariah.			
	<i>This course provides an understanding of a broad range of financial and management process of financial resources in order to achieve certain objectives in different life stages aiming toward life's prosperity based on Islamic law (sharia)</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Manajemen Kekayaan adalah pengetahuan mengenai bagaimana kita mengatur dan merencanakan sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan tertentu dan untuk mencapai kehidupan yang sejahtera. Kuliah ini akan mencakup dasar-dasar manajemen kekayaan, etika dan standar profesi, tujuan dan hambatan, profil risiko, manajemen risiko, instrument investasi, teori dan strategi investasi, manajemen portofolio, manajemen pajak dan warisan, dan pengelolaan pension dalam perspektif syariah.			
	<i>Personal Financial Planning is the knowledge of how we organize and plan our financial resources in order to achieve certain financial goals and a prosperous life. This course contains wealth management process basics, ethics and profession standard, goals and constraint, risk profile, risk management, investment instruments, theory and application on investment strategy, portfolio management, tax and estate management, and pension management in the Islamic perspective.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami proses perencanaan kekayaan berlandaskan syariah secara komprehensif</li> <li>Mengaplikasikan kerangka kerja proses pengelolaan kekayaan terhadap berbagai kondisi keuangan dan berbagai tujuan keuangan masa depan yang diinginkan.</li> <li>Mampu menganalisa berbagai alternatif investasi yang ada di pasar dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan secara halal</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>				
<b>Pustaka</b>	(EST) Evensky, Harold, Horan, Stephen M., Thomas R Robinson, "The New Wealth Management, The Financial Advisor's Guide to Managing and Investing Client Assets", John Wiley and Sons Inc/CFA Institute, 2011 (Pustaka Utama)			
	Muhammad Ayub, Understanding Islamic Finance, John Wiley & Sons Ltd, 2007 (Pustaka Utama)			
	(MSC) Mitra, Sid, Sahu, Anandi P and Crane, Robert A, Practicing Financial Planning for Professionals, Rochester Hills Publishing/Publishnow.net, Inc, 2007. (Pustaka Pendukung)			
<b>Panduan Penilaian</b>	UTS, UAS, Tugas dan Partisipasi Kelas			
<b>Catatan Tambahan</b>				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Dasar-dasar Perencanaan Kekayaan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Filosofi perencanaan kekayaan syariah</li> <li>Perbedaan Perencana Syariah dengan konvensional</li> <li>Etika dan Standar Profesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami Filosofi perencanaan kekayaan syariah</li> <li>Memahami ruang lingkup yang harus dicakup dalam Perencanaan Kekayaan Syariah</li> <li>Mampu mengaplikasikan etika dan standar profesi dalam pekerjaan</li> </ul>	Berbagai macam sumber
2	Dasar-Dasar Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riba</li> <li>Gharar</li> <li>Maysir</li> </ul>	Memahami landasan hukum (dalil) yang digunakan dalam operasionalisasi perencanaan keuangan.	Understanding Islamic Finance
3	Matematika Investasi 1	Nilai Waktu dari Uang Imbal Hasil dan Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu mengaplikasikan konsep nilai waktu dari uang</li> <li>Mampu menghitung Imbal Hasil dan Risiko</li> <li>Mampu mengaplikasikan matematika investasi dalam berbagai kasus</li> </ul>	EST Bab 7
4	Matematika Investasi 2	Covariance dan Correlation Efficient Frontier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu mengaplikasikan konsep nilai waktu dari uang</li> <li>Mampu menghitung Imbal Hasil dan Risiko</li> <li>Mampu mengaplikasikan matematika investasi dalam berbagai kasus</li> </ul>	EST Bab 7
6	Instrumen Investasi Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sukuk</li> <li>Saham</li> <li>Reksadana Syariah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami berbagai instrument investasi yang tersedia di pasar</li> <li>Mampu mengidentifikasi karakteristik</li> </ul>	Understanding Islamic Finance

			berbagai instrument investasi Mampu memilih instrument investasi yang tepat untuk tujuan tertentu	
6	Teori Investasi	Teori Portofolio Moderen Hipotesa Pasar Efisien	· Memahami teori investasi yang berlaku Mampu mengaplikasikan teori investasi dalam menyusun strategi investasi	EST Bab 8 dan Bab 9 MSC Bab8
7	Strategi Investasi	Asset Alokasi	Memahami teori investasi yang berlaku Mampu mengaplikasikan teori investasi dalam menyusun strategi investasi	EST Bab 8 dan Bab 9 MSC Bab8
8	UTS			
9	Manajemen Resiko	Kebutuhan atas proteksi terhadap resiko · Berbagai Jenis Asuransi syariah: Jiwa dan unit link, dan asuransi kerugian	· Mampu memahami pentingnya perlindungan atas resiko · Mampu memilih alternatif asuransi yang sesuai dengan kebutuhan	MSC Bab 4 dan Bab 5
10	Tujuan-Tujuan Keuangan Lainnya	Dana Darurat Dana Pendidikan	Mampu memahami kebutuhan akan dana darurat dan dana pendidikan serta mampu menghitung kebutuhan akan dana tersebut.	SSS Bab 2, 3, 4, 5, 6
11	Pensiun	· Berbagai program pension · Metode Sederhana · Metode Die Rich · Metode Die Broke	Mampu memahami berbagai alternatif perencanaan pension dan mengaplikasikannya terhadap klien dan/atau diri sendiri	EST Bab 12 MSC Bab 10 dan 11 SSS Bab 7
12	Pajak dan Zakat	· Berbagai aspek Pajak · Perencanaan Pajak · Perhitungan dan aplikasi zakat	Memahami perencanaan pajak, dan mampu menganalisa berbagai konsekuensinya Memahami macam-macam zakat dan mampu menghitungnya	EST Bab 11 MSC Bab 8 dan Bab 9 SSS Bab 9 Understanding Islamic Finance
13	Waris	Berbagai aspek Waris	Memahami berbagai aspek tentang waris dan mampu menyusun akta wasiat secara efisien.	EST Bab 11 MSC Bab 8 dan Bab 9 SSS Bab 9
14	Manajemen Portofolio dan Evaluasi	· Alokasi aset jangka pendek · Aktif vs Pasif Evaluasi kinerja	· Memahami dan mampu mengaplikasikan pengelolaan portofolio secara optimal	EST Bab 14 dan 15
15	Filsafat, proses, dan klien	· Melakukan kilas balik terhadap langkah-langkah perencanaan kekayaan berdasarkan syariah	· Mampu memahami seluruh proses yang telah dipelajari dalam kuliah dan mengaplikasikannya terhadap klien atau diri sendiri	
16	UAS			

#### <MM6014> Manajemen Rantai Pasok

<b>Kode Matakuliah:</b> <b>MM6041</b>	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> Ganjil atau Genap	<b>KK/Unit Penanggung Jawab:</b> Manajemen Manusia dan Operasi	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Rantai Pasok Supply Chain Management			
<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep, kerangka, alat, dan teknik dari sistem rantai nilai yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah, bagaimana merancang, mengelola, dan memperbaiki sistem-sistem rantai pasok, serta menyusun rencana tindakan yang mengarah pada perbaikan nyata pada kinerja rantai pasok. The subject's objective is to help participants understand concepts, frameworks, tools, and techniques of supply chain systems that can be used to identify existing problems, think about how to design, manage, and improve supply chain systems, and construct a plan of action that will result in real operating improvements that directly affect the overall performance of a supply chain.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep, kerangka, alat, dan teknik dari sistem rantai nilai yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah, bagaimana merancang, mengelola, dan memperbaiki sistem-sistem rantai pasok, serta menyusun rencana tindakan yang mengarah pada perbaikan nyata pada kinerja rantai pasok. Mata kuliah ini cocok bagi mahasiswa yang akan bekerja pada bidang pemasaran dan penjualan, rantai pasok, dan manajemen logistik dari berbagai industri dan penyedia jasa logistik. The subject's objective is to help participants understand concepts, frameworks, tools, and techniques of supply chain systems that can be used to identify existing problems, think about how to design, manage, and improve supply chain systems, and construct a plan of action that will result in real operating improvements that directly affect the overall performance of a supply chain. This course is designed for students who consider working in sales-marketing, supply chain, logistics management departments of companies in different industries as well as who consider working in logistics service providers.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Develop an understanding of the differences between logistics, operations and supply chain management and their role in supporting the business strategy.</li> <li>2. Develop knowledge of the individual processes of supply chain management and their interrelationships within a company and across companies.</li> <li>3. Develop knowledge of the tools and techniques useful in implementing supply chain concepts.</li> </ol>			

	4. Strengthen integrative management analytical and problem-solving skills.	
<b>Matakuliah Terkait</b>	Manajemen Operasi dan Teknologi	Prasyarat
	Technology and Operations Management	Prerequisite
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kerja Lapangan	
<b>Pustaka</b>	The text books assigned to this subject is <i>Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation</i> , 5/E, by Sunil Chopra and Peter Meindl (2013), Stanford University (C&M), Publisher: Prentice Hall. (C&M)	
	Elena Katok (2011), <i>Using Laboratory Experiments to Build Better Operations Management Models</i> , World Scientific, London.	
<b>Panduan Penilaian</b>	Group Project	20%
	Quiz	20%
	Participation	10%
	Midterm exam	25%
	Final exam	25%
<b>Catatan Tambahan</b>	Encourage discussion of critical analysis Provide assignments to support active learning, especially in group discussion Encourage participants to read references, especially periodical in journals	

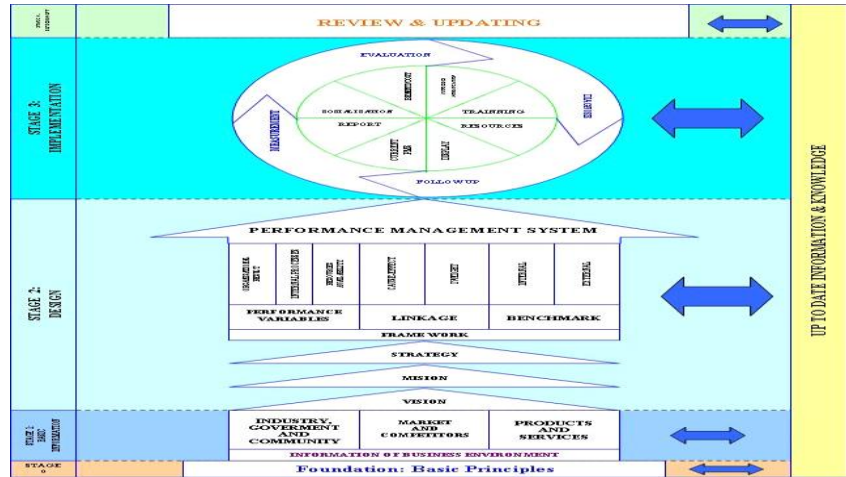
Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Understanding the Supply Chain Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>Course Administration</li> <li>Understanding the Supply Chain</li> <li>Supply Chain Performance: Achieving Strategic Fit and Scope</li> </ul>	Understand supply chain management and strategy	Ch. 1-3 (C&M)
2	Supply chain metrics and distribution network	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supply Chain Drivers and Metrics</li> <li>Designing Distribution Network</li> </ul>	Understand supply chain drivers and distribution network	Ch. 3-4 (C&M)
3	Network Design in the Supply Chain	Network Design	Analyse network design	Ch. 5 (C&M)
4	Network Design in Uncertain Environment	Network Design in Uncertain Environment	Analyse network design under uncertainty	Ch. 6 (C&M)
5	Demand Forecasting in a Supply Chain	Demand Forecasting	Implement and evaluate forecasting methods	Ch. 7 (C&M)
6	Aggregate Planning in a Supply Chain	Aggregate Planning	Analyse aggregate planning	Ch. 8 (C&M)
7	Planning Supply and Demand in a Supply Chain	Sales and Operations Planning: Planning Supply and Demand in a Supply Chain	Analyse matching supply with demand	Ch. 9 (C&M)
8	Midterm Test			
9	Cycle Inventory	Estimating cycle inventory, economies of scale, short term discounting, managing multi echelon cycle inventory	Calculate cycle inventory	Ch. 11 (C&M)
10	Safety Inventory	Determining the appropriate level of safety inventory, impact of supply inventory, impact of aggregation, impact of replenishment policies, managing safety inventory in a multiechelon supply chain	Calculate safety inventory	Ch. 12 (C&M)
11	Determining the Optimal Level of Product Availability	Factors affecting optimal level of product availability, managerial levers to improve supply chain profitability, setting product availability, setting optimal levels of product availability in practice	Calculate and analyse the optimal level of product availability	Ch. 13 (C&M)
12	Transportation in a Supply Chain	Modes of transportation, transportation infrastructure and policies, design options for a transportation network, tailored transportation	Understand and analyse transportation modes	Ch. 14 (C&M)
13	Sourcing Decisions in a Supply Chain	In house or outsource, third- and fourth-party logistics providers, using total cost to score and assess suppliers, supplier selection, contracts, design collaboration, the procurement process, designing a sourcing portfolio, risk management in sourcing	Analyse sourcing decisions	Ch. 15 (C&M)
14	Pricing and Revenue Management in a supply chain	The role of pricing and revenue management, pricing and revenue management for	Calculate pricing and revenue settings	Ch. 16 (C&M)



		<i>multiple customer segments, perishable assets, seasonal demand, bulk and spot contracts.</i>		
15	<i>Company Visit: Supply Chain Application in Manufacturing Company</i>		<i>Understand the real practice of supply chain management</i>	
16	<i>Final exam</i>			

<MM6015> Manajemen Kinerja Korporasi

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 6042	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> 2	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Operations Management & Finance	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Kinerja Korporasi <i>Corporate Performance Management</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	<p>Jargon 'anda tak dapat mengelola terhadap apa yang tidak bisa anda ukur' telah dijadikan referensi oleh para eksekutif perusahaan sejak waktu yang lama dalam merespon kompetisi global. Bahkan sampai saat ini banyak perusahaan mengalami kekurangan skill dalam merancang sistem manajemen kinerja secara kontekstual terhadap kompetisi yang dihadapi. Beberapa perusahaan mengadopsi framework yang sudah ada seperti the <i>Balanced Scorecard (Harvard)</i>, <i>The Performance Prism (Cambridge)</i>, <i>the Malcolm Baldrige National Quality Award (Department of Trade-USA)</i>, <i>the Key Performance Indicator Manual (Department of Industry - Australia)</i>, <i>the ISO-series</i>, <i>the Six Sigma</i>, dan sebagainya tanpa memahami esensi dasar dalam perancangan sebuah sistem manajemen kinerja. Kuliha Manajemen Kinerja Korporasi dirancang untuk membekali mahasiswa dengan konsep dan teknik untuk merancang sistem manajemen kinerja yang kontekstual sesuai dengan kebutuhan perusahaan.</p> <p><i>The Jargon 'you can't manage what you can't measure' has been long time used as reference among executives of companies in responding global business competition. However, a lot of companies are currently still lack of capabilities in designing a performance management system contextually to their condition at current competition. Most of them tried to adopt various performance management frameworks such as the Balanced Scorecard (Harvard), The Performance Prism (Cambridge), the Malcolm Baldrige National Quality Award (Department of Trade-USA), the Key Performance Indicator Manual (Department of Industry - Australia), the ISO-series, the Six Sigma, and many others without fully understanding of the essence of those frameworks. The Corporate Performance Management course is designed to equip students with concepts and techniques to design performance management system contextual to the company's needs.</i></p>			
<b>Silabus Lengkap</b>	<p>Struktur kuliah yang diajarkan pada dasarnya mengikuti gambar di bawah ini di mana mahasiswa mampu merancang dan menerapkan dari desain PMS dalam pengalaman praktis dan memahami secara lebih mendalam berbagai macam kerangka kerja PMS seperti Integrated Performance Management Framework (Wibisono, 2006), the Balanced Scorecard (Harvard, 1996), The Performance Prism (Cambridge, 2002) and the Malcolm Baldrige National Quality Award (USA, 1987) dalam kebutuhan perusahaan yang kontekstual. Untuk memahami secara rinci dan lengkap silabus di setiap minggunya dapat dilihat pada tabel Satuan Acara Pengajaran di akhir sesi dari silabus ini.</p> <p>Course structure is basically following the figure below in which students have to be capable in designing and implementation of the PMS design in practices and also have deep understanding of PMS framework like Integrated Performance Management Framework (Wibisono, 2006), the Balanced Scorecard (Harvard, 1996), The Performance Prism (Cambridge, 2002) and the Malcolm Baldrige National Quality Award (USA, 1987) in the contextual and appropriate needs of company. To have capabilities into detail design and complete silabus can follow in each weeks such in the table of 'Satuan Acara Pengajaran' in the last session of this sylabus.</p>			



**Figure 1. Step in Designing PMS**

<p><i>Luaran (Outcomes)</i></p>	<p><i>Kuliah Manajemen Kinerja Korporasi menawarkan kepada mahasiswa untuk mampu:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bagaimana mendiagnosis daya saing perusahaan</i></li> <li>• <i>Bagaimana merancang sistem manajemen kinerja yang kontekstual terhadap perusahaan tertentu</i></li> </ul> <p>Dalam aspek mendiagnosis daya saing perusahaan, mahasiswa dibekali dengan perangkat seperti bagaimana mengukur aspek pelanggan, proses internal perusahaan, kemampuan sumber daya dan teknik kaji banding (benchmarking). Dalam merancang sistem manajemen kinerja, mahasiswa akan didukung dengan langkah-langkah komprehensif yang berisi empat tahap yaitu informasi dasar, perancangan, implementasi dan updating di mana dalam setiap tahapnya berisi beberapa konsep, teknis dan aspek yang akan dieksplorasi lebih rinci</p> <p>The Corporate Performance Management subject offers students for dealing with two main aspects:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How to diagnosis company competitiveness</li> <li>• How to design performance management system contextual to certain type of company.</li> </ul> <p>In the aspect of diagnosis company competitiveness, students will be equipped with certain tools such as customer aspects of measurement, internal process diagnosis, resource capabilities analysis, and benchmarking technique. In the aspect of design performance management systems, the students will be supported by comprehensive stages in designing integrated performance management systems consist of four stages, namely basic information, designing, implementation and updating in which in each stage there are several concepts, techniques and aspects will be explored in detail.</p>	
<p><i>Matakuliah Terkait</i></p>	<p>Manajemen Finansial Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Operasi</p>	<p>Prasyarat</p>
<p><i>Kegiatan Penunjang</i></p>	<p><i>Simulasi di Laboratorium Komputer, survey data dari perusahaan, penggunaan kasus dalam studi</i></p>	
<p><i>Pustaka</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wibisono, D. (2013) <i>How to Create World Class Company</i>, Gramedia.</li> <li>2. Wibisono, D. (2011) <i>Manajemen Kinerja: Panduan Penentuan Indikator</i>, Penerbit Erlangga</li> <li>3. Wibisono, D. (2006) <i>Manajemen Kinerja: Konsep, Design dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan</i>, Penerbit Erlangga.</li> <li>4. Neely et. all (2002), <i>The Performance Prism</i>, Cambridge Press</li> <li>5. Kaplan, R. S. &amp; Norton, D.P., (2008) <i>The Premium Execution</i>, Harvard Business School Press</li> <li>6. Kaplan, R. S. &amp; Norton, D.P., (1996) <i>The Balanced Scorecard Translating Strategy into Action</i>, Harvard Business School Press.</li> </ol>	

	7. <a href="http://www.baldrige21.com">http://www.baldrige21.com</a>																		
<b>Panduan Penilaian</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Item</th> <th>Weight</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Case Report</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Quiz</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Individual assignment</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Group assignment</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Mid Test</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Final Test</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Participation</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Item	Weight	Case Report	20	Quiz	5	Individual assignment	10	Group assignment	10	Mid Test	20	Final Test	25	Participation	10	TOTAL	100%
Item	Weight																		
Case Report	20																		
Quiz	5																		
Individual assignment	10																		
Group assignment	10																		
Mid Test	20																		
Final Test	25																		
Participation	10																		
TOTAL	100%																		
<b>Catatan Tambahan</b>																			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	<i>Integrated Performance Management Systems</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Structure of course</li> <li>Introduction to the Performance Management Systems</li> <li>Integrated Performance Management Systems Approach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Understanding on course structure and objectives of the course.</li> <li>Can compare any PMS approaches</li> </ul>	Wibisono (2013), Wibisono (2011), Wibisono (2006)
2	<i>Integrated Performance Management Systems</i>	Concept, Framework, technique in designing PMS using IPMS approach	Knowing IPMS and its implementation	Wibisono (2013), Wibisono (2011), Wibisono (2006)
3	<i>The Balanced Score Card</i>	Perspective in the Balanced Score Card	Knowing the Balanced Scorecard approach	Kaplan & Norton (1996) Kaplan & Norton (2008)
4	<i>The Balanced Score Card</i>	Simulations using software The Balanced Score Card	Knowing howto implement the Balanced Score Card in practice	Harvard Buisnes School Software
5	<i>Malcolm Baldrige Approach</i>	Framework, concept and technique designing PMS using BSC	Knowing Malcolm Baldrige Approach	<a href="http://www.baldrige21.com">http://www.baldrige21.com</a>
6	<i>Implementation PBViews in the Mining Company</i>		Knowing implementation PMS in the Mining Company	Guest Lecturer
7	<i>The Performance Prism</i>	Framework, conceot and technique designing PMS using Performance Prism	Knowing implementation the Performance Prism	Neely et all (2002)
8	<i>Vision, Mission and company Starategy</i>	How determining company statements	Have capabilities in determining company vision & mission	Wibisono (2013)
<b>Mid test</b>				
9	<i>Customer Perspective</i>	Customer perspectives: The Wainwright Industries (B): The Customer Challenge (396220), Kanter, Rosabeth Moss, HBS, 1996.	Have understanding on customer perspective design for certain company	Harvard Business School Case
10	<i>Internal Processes Business Perspectives</i>	Internal Perspectives: Competing on the Eight Dimension of Quality (87603), Garvin, David A. HBR, 1987: Individual assignmt to define of product quality, to be bring in class for discussion	Have understanding on internal processes perspective design for certain company	Harvard Business School Case
11	<i>Marketing Perspectives</i>	Marketing Perspective: Rohman and Hass (A) New Product Marketing Strategy (587055), Rangan V. Kasturi (HBS), 1986	Have understanding on marketing perspective design for certain company	Harvard Business School Case
12	<i>Human Resources Perspectives</i>	Human resource perspective: Overloaded Circuits: why Smart People Underperform (R050 1E), Wagmen, Ruth & J. Richard Hackman (HBS), 1999	Have understanding on human resources perspective design for certain company	Harvard Business School Case
13	<i>Benchmarking</i>	Benchmarking approach: Creative Benchmarking (F00603), Iacobucci/ Christie Noerdhielm	Have understanding on bechmarking techniques	Harvard Business School Case
14	<i>PMS for non profit organisation</i>	Case Discussion Selasar Sunaryo	Have understanding on designing PMS for non profit organisation	SBM ITB Buisness Case
<b>Final Test</b>				

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6042	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b> 2	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Operations Management& Finance	<b>Sifat:</b> Pilihan
-----------------------------------	---------------------	--------------------	---	-----------------------

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 67 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen Kinerja Korporasi
	<i>Corporate Performance Management</i>
<i>Silabus Ringkas</i>	Mata Kuliah Sistem Pendukung Kinerja memberikan bekal bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana mendiagnosis kinerja sebuah organisasi yang kontekstual terhadap sistem tertentu. Dalam aspek sistem manajemen kinerja, mahasiswa akan dibekali dengan tahap yang komprehensif dalam merancang sebuah sistem kinerja yang terintegrasi yang terdiri dari 4 langkah yaitu informasi dasar, proses perancangan, penerapan dan updating di mana di tiap langkah beberapa konsep sistem manajemen kinerja dan segala aspeknya akan dibahas secara rinci. Untuk memberikan wawasan yang lebih luas dan pemahaman sistem manajemen kinerja juga diperkenalkan sistem pakar dalam mendukung sebuah sistem kinerja di sebuah perusahaan.
	The Performance Support Systems subject offers students for dealing mainly in how to design performance management system contextual to certain type of company. In the aspect of design performance management systems, the students will be supported by comprehensive stages in designing integrated performance management systems consist of four stages, namely basic information, designing, implementation and updating in which in each stage there are several concepts, techniques and aspects will be explored in detail. To have broad view and advanced knowledge of performance management system, it would also be introduced experts systems in supporting performance measurement in a company
<i>Silabus Lengkap</i>	Mata Kuliah Sistem Pendukung Kinerja memberikan bekal bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana mendiagnosis kinerja sebuah organisasi yang kontekstual terhadap sistem tertentu. Dalam aspek sistem manajemen kinerja, mahasiswa akan dibekali dengan tahap yang komprehensif dalam merancang sebuah sistem kinerja yang terintegrasi yang terdiri dari 4 langkah yaitu informasi dasar, proses perancangan, penerapan dan updating di mana di tiap langkah beberapa konsep sistem manajemen kinerja dan segala aspeknya akan dibahas secara rinci. Untuk memberikan wawasan yang lebih luas dan pemahaman sistem manajemen kinerja juga diperkenalkan sistem pakar dalam mendukung sebuah sistem kinerja di sebuah perusahaan. Dalam kuliah ini akan dikaji empat pendekatan paling populer dalam sistem manajemen kinerja yaitu Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi (Wibisono, 2006), Kartu Skor Berimbang (Kaplan dan Norton, 1992), Pendekatan Baldrige (Departemen Perdagangan Amerika Serikat, 1987), dan Kinerja Prisma (Neely dkk, 2002). Selain itu juga akan dibahas bagaimana merancang sistem pakar dalam mendukung sistem manajemen kinerja, yang dilengkapi dengan sistem simulasi dari Harvard dan dosen tamu yang akan membawakan penerapan software PB Views dalam Kartu Skor Berimbang di perusahaannya. Untuk aspek riset, mahasiswa dalam ujian tengah semester dan ujian akhirnya diberi tugas untuk menyusun paper untuk konferensi nasional dan internasional dan nilai diberikan jika ada tanda bukti bahwa paper mereka diterima di kedua konferensi tersebut.
	The Performance Support Systems subject offers students for dealing mainly in how to design performance management system contextual to certain type of company. In the aspect of design performance management systems, the students will be supported by comprehensive stages in designing integrated performance management systems consist of four stages, namely basic information, designing, implementation and updating in which in each stage there are several concepts, techniques and aspects will be explored in detail. To have broad view and advanced knowledge of performance management system, it would also be introduced experts systems in supporting performance measurement in a company.  In this course will be learned 4 most popular approaches in the performance management systems namely Integrated Performance Management Systems (Wibisono, 2006), The Balanced Scorecard (1996), the Baldrige Approach (Department of Trade, USA, 1987) and the Performance Prism (Neely, et. All, 2002). It is also will be studied expert system in supporting performance management system completed with simulation software from Harvard Business School and guest lecturer in implementation PBViews in the mining company. For research aspect, students asked to compose national and international paper using some journals for references, and they only get the mark based on the paper acceptance.
<i>Luaran (Outcomes)</i>	Sistem Pendukung Kinerja bertujuan untuk membantu mahasiswa memahami konsep, kerangka kerja, dan teknik yang dapat digunakan untuk mendiagnosis daya saing perusahaan, mengidentifikasi tantangan dan kesempatan untuk memperbaiki dan merumuskan sistem manajemen kinerja yang kontekstual menghadapi tantangan, daya saing proses operasi yang secara langsung mempengaruhi pangsa pasar perusahaan. Setelah selesai mengikuti kuliah ini mahasiswa bukan hanya mampu menganalisis tetapi juga mampu mensintesis berbagai pendekatan yang dikenalkan para ahli terdahulu. Spirit yang dibangun adalah memperkaya mahasiswa untuk percaya diri mampu merancang sendiri manajemen kinerja yang sesuai kebutuhan tidak asal mencomot dan mengcopy pendekatan yang sudah ada. Fokus diberikan bukan hanya meningkatkan kemampuan mendiagnosis daya saing perusahaan, tetapi juga mengkaji pendekatan yang paling sesuai dengan kondisi tertentu. Lebih jauh lagi, pengetahuan untuk mengkombinasikan dengan mendapatkan berbagai manfaat dari pendekatan manajemen kinerja yang ada juga dikaji lebih mendalam. Dalam akhir kuliah, mahasiswa akan menjadi ahli dalam manajemen kinerja korporasi dan menjadi 'dokter' untuk kesehatan perusahaan dan daya saingnya.
	The Performance Support Systems objective is to help students to understand of concepts, frameworks, and techniques can be used to diagnosis company competitiveness, identify its challenges and opportunities to improve and formulate a contextual performance management system in a dynamic, distinctive operating improvements that directly affect the performance advantage in the market place. After completing this course, students hopefully have capabilities not only to analyse but also to sintese several performance management frameworks have already been introduced by some experts. The spirit is to encourage students for being confidence in designing their own performance management framework appropriate to the type of companies rather than just copying those patent frameworks. Focus will be given

	for developing capabilities in diagnosing company competitiveness and determining which approaches more appropriate to certain circumstances. Furthermore, knowledge in how combining and getting advanced benefit of many performances management frameworks is also intense to be explored. In the end of this course students will mastery in the Corporate Performance Management diagnosis and design and became a doctor' of companies' health and competitiveness.																
<b>Matakuliah Terkait</b>	Manajemen Finansial Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Operasi	Prasyarat															
	<i>Financial Management</i> <i>Human Resouce Management</i> <i>Operations Management</i>	Prerequisite															
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<i>Simulasi di Laboratorium Komputer, survey data dari perusahaan, penggunaan kasus dalam studi</i>																
<b>Pustaka</b>	8. Wibisono, D. (2013) <i>How to Create World Class Company</i> , Gramedia. 9. Wibisono, D. (2011) <i>Manajemen Kinerja: Panduan Penentuan Indikator</i> , Penerbit Erlangga 10. Wibisono, D. (2006) <i>Manajemen Kinerja: Konsep, Design dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan</i> , Penerbit Erlangga. 11. Neely et. all (2002), <i>The Performance Prism</i> , Cambridge Press 12. Kaplan, R. S. & Norton, D.P., (2008) <i>The Premium Execution</i> , Harvard Business School Press 13. Kaplan, R. S. & Norton, D.P., (1996) <i>The Balanced Scorecard Translating Strategy into Action</i> , Harvard Business School Press. 14. <a href="http://www.baldrige21.com">http://www.baldrige21.com</a> 15. Proquest Journal and other source international jurnal 16. Any national journal																
<b>Panduan Penilaian</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspect</th> <th>%</th> <th>Description</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Paper I</td> <td>30</td> <td>Individual grade</td> </tr> <tr> <td>Paper II</td> <td>30</td> <td>Individual grade</td> </tr> <tr> <td>Individual assignment</td> <td>20</td> <td>Individual grade</td> </tr> <tr> <td>Participation</td> <td>20</td> <td>Individual grade</td> </tr> </tbody> </table>		Aspect	%	Description	Paper I	30	Individual grade	Paper II	30	Individual grade	Individual assignment	20	Individual grade	Participation	20	Individual grade
Aspect	%	Description															
Paper I	30	Individual grade															
Paper II	30	Individual grade															
Individual assignment	20	Individual grade															
Participation	20	Individual grade															
<b>Catatan Tambahan</b>																	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	- Course Structure - The Performance Management: previous research achievement	<i>Integrated Performance Measurement Systems</i>	History, Framework, Mechanism of IPMS, Advantages & disadvantages of IPMS	<i>Wibisono (2013), Wibisono (2011), Wibisono (2006)</i>
2	The Performance Management: previous research achievement	<i>Integrated Performance Measurement Systems</i>	History, Framework, Mechanism of IPMS, Advantages & disadvantages of IPMS	<i>Wibisono (2013), Wibisono (2011), Wibisono (2006)</i>
3	The Performance Management: previous research achievement	<i>Integrated Performance Measurement Systems</i>	History, Framework, Mechanism of IPMS, Advantages & disadvantages of IPMS	<i>Wibisono (2013), Wibisono (2011), Wibisono (2006)</i>
4	The Balanced Score Card	Concept of BSC	History, Framework, Mechanism of BSC, Advantages & disadvantages of BSC	Kaplan & Norton (2008, 1996)
5	The Balanced Score Card	Concept of BSC	History, Framework, Mechanism of BSC, Advantages & disadvantages of BSC	Kaplan & Norton (2008, 1996)
6	The Performance Prism	Concept of Prism	History, Framework, Mechanism of Prism, Advantages & disadvantages of Prism	Neely, et al (2002)

7	The Performance Prism	Concept of Prism	History, Framework, Mechanism of Prism, Advantages & disadvantages of Prism	Neely, et al (2002)
8	Expert Systems (1 weeks)	Concept of Expert Systems	History, Mechanism of Expert Systems	Reading Material: The Expert Systems
<b>Mid Test: Composing paper for national conference</b>				
9	Paper I in Performance Management for national conference	- State of the art - Make paper for international conference	- Detail discussion and composing a paper - Make paper for national conference	Paper from proquest journal
10	Paper I in Performance Management for national conference	Make paper for international conference	- Detail discussion and composing a paper - Make paper for international conference	Paper from proquest journal and other national journal
11	Paper II in Performance Management for international conference	- Proposed design - Make paper for international conference	Detail discussion and composing a paper	Paper from proquest journal and other international journal
12	Paper II in Performance Management for international conference	- Proposed design - Make paper for international conference	Detail discussion and composing a paper	Paper from proquest journal and other international journal
13	Paper II in Performance Management for international conference	- Proposed design - Make paper for international conference	Detail discussion and composing a paper	Paper from proquest journal and other international journal
14	Paper II in Performance Management for international conference	- Proposed design - Make paper for international conference	Detail discussion and composing a paper	Paper from proquest journal and other international journal
<i>Wrapt up</i>				

<MM6016> Manajemen Proyek Global

<i>KodeMatakuliah: MM 6043</i>	<i>Bobotsks:3 sks</i>	<i>Semester:Ganjilat auGenap</i>	<i>KK / Unit PenanggungJawab:Manajemen OperasidanKinerja</i>	<i>Sifat: Pilihan</i>
<i>NamaMatakuliah</i>	ManajemenProyek Global Global Project Management			
<i>SilabusRingkas</i>	Kuliahinimemberikanpengetahuanbagaimanamengelolasuaproyekuntkapatmemperoleh target yang diinginkan.			
<i>SilabusLengkap</i>	Mata kuliahmanajemenproyek global inimerupakanmatakuliahpilihan yang membahasenganaipengelolaansuaproyeksebagaisumberdayaperusahaan. Kemampuan yang diasahdalamkuliahiniadalahkemampuanuntukmengertikonsep, teori, dan ide, kemampuanuntukmengimplementasikankonsep di proyeknyata, memilikikemampuanuntukmenggunakanbeberapateknikmanajemenproyekdalammerencanakan, mengimplementasikan, danmengendalikansuaproyek, sertakemampuanuntukmengatursuaproyekuntkmencapai target yang diinginkan.			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	Setelahmengikutikuliahini, mahasiswadiharapkandapat: 1. Mendiskusikan proses strategisecaraholistikdanterintegrasi. 2. Memilikikemampuanuntukberpikirstrategis. 3. Memilikikemampuanuntukmenggunakanberagamateknikuntkmenganalisisfaktor-faktor			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 70 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

	internal dan eksternal.
<i>Matakuliah Terkait</i>	- Manajemen Operasi
<i>Kegiatan Penunjang</i>	-
<i>Pustaka</i>	1. Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. 2. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
<i>Panduan Penilaian</i>	Nilai akhir terdiri dari: Quiz, tugas dan presentasi 25% nilai individu/kelompok Partisipasi kelas 25% nilai individu Makalah dan presentasi 20% nilai kelompok Ujian 30% nilai individu

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Konsep manajemen proyek Perencanaan proyek	Definisi proyek Mengapa perlu manajemen proyek?	Mahasiswa dapat mengidentifikasi inisiatif dan pentingnya manajemen proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
2	Dasar-dasar manajemen proyek	Siklus proyek	Mahasiswa dapat memahami dasar-dasar manajemen proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
3	Manajemen pemegang kepentingan suatu proyek	Struktur organisasi suatu proyek	Mahasiswa dapat mengetahui bentuk dari struktur organisasi suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
4	Manajemen kontrak dalam proyek	Contoh dan analisis kontrak suatu proyek	Dapat menganalisis kontrak suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
5	Manajemen kepemimpinan dalam proyek	Kompetensi kepemimpinan	Mahasiswa memahami dinamika antar individu dalam manajemen suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.

				R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
6	Keterkaitan di dalam manajemen proyek	Manajemen proyek di Cina	Mahasiswa mampu menganalisis keterkaitan fungsi di dalam suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
7	UTS			
8	Organisasi proyek	Matriks organisasi Jaringan organisasi	Mahasiswa dapat memahami bentuk dan struktur organisasi di dalam suatu proyek	
9	Prosedur tender	Kegagalan dalam manajemen proyek	Mahasiswa dapat menganalisis penyebab kegagalan suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
10	Komunikasi dalam proyek	Pentingnya komunikasi dalam manajemen proyek Proses komunikasi Permasalahan komunikasi di dalam suatu proyek	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis permasalahan komunikasi yang terjadi di dalam suatu manajemen proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
11	Estimasi biaya proyek Negosiasi proyek	Proses penentuan harga Proses negosiasi	Mahasiswa mengetahui proses-proses dan tahap dalam menentukan harga serta mengetahui dinamika negosiasi di dalam suatu proyek	Meredith, Jack R. and Mantel, Samuel J. Jr. (2006), <i>Project Management: A Managerial Approach</i> , 6 <sup>th</sup> Ed., Wiley, Hoboken, New York. Cleland, David I. and Ireland, Lewis R. (2002), <i>Project Management: Strategic Design and Implementation</i> , 4 <sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill, London.
13	UAS			

<MM6017> Manajemen Perubahan

Week/Date	Session	Topic
1	1	Housekeeping Matters; Class Introduction Introductory Chapter on Strategic Management
	2	Lecture Topic: Chapter 1 (IPA) Introduction – Stories of Change Lecture Topic: Chapter 2 (IPA) – Images of Managing Change
	3	Exercise (Case Study on Chapter 2 – IPA): Green Mountain Resort (Dis)solves the Turnover Problem (pgs. 40-42)
2	4	<b>Guest Lecture</b>
	5	Lecture Topic: Chapter 3 (IPA) – Why Organizations Change

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 72 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		



	6	<b>Reading Assignment 1:</b> Cracking the Code of Change
3	7	<b>Case 1:</b> Gillette Company (A): Pressure for Change
	8	Lecture Topic: Chapter 4 (IPA) What Changes in Organizations Exercise (Case Study on Chapter 4 – IPA): Nestle (pgs. 109-110)
	9	Lecture Topic: Chapter 5 (IPA) Diagnosis for Change Exercise (Case Study on Chapter 5 – IPA): Boeing (pgs. 153-154)
4	10	Lecture Topic: Chapter 6 (IPA) Resistance to Change <b>Reading Assignment 2:</b> The Real Reason People Won't Change
	11	<b>Case 2:</b> Maple Leaf Foods (A) – Leading Six Sigma Change (Ivey Business School Case) Chapter 7 (IPA) Implementing Change_OD, AI, POS, and Sense-Making
	12	<b>Reading Assignment 3:</b> Change Through Persuasion
5	13	Lecture Topic: Chapter 8 (IPA) Implementing Change_CM, Contingency, and Processual
	14	<b>Case 3:</b> Otis Elevator: Accelerating Business Transformation with IT (HBSP # 9-305-048)
	15	<b>Reading Assignment 4:</b> Why Transformation Efforts Fail
6	16	<b>Case 4:</b> Change at Whirlpool Corporation (A)
	17	<b>Reading Assignment 5:</b> The Hard Side of Change Management
	18	<b>Reading Assignment 6:</b> Decoding Resistance to Change
7	19	<b>Reading Assignment 7:</b> Putting the Enterprise into the Enterprise System (HBR OnPoint # 3574)
	20	<b>Case 5:</b> Cisco Systems, Inc.: Implementing ERP (HBSP # 9-699-022)
	21 18.00- 19.00	<b>Reading Assignment 8:</b> Deep Change – How Operational Innovation Transform Your Company (HBR Product 6573)
8	22	<b>Case 6:</b> Meg Whitman at eBay Inc. (A)
	23	Lecture Topic: Chapter 9 (IPA) Linking Vision and Change Chapter 10 (IPA) Strategies for Communicating Change
	24	Chapter 11 (IPA) Skills for Communicating Change
9	25	<b>Reading Assignment 9:</b> Home Depot's Blueprint for Culture Change
	26	<b>Case 7:</b> IBM Decade of Transformation – Linking Values and Vision
	27	Lecture Topic: Chapter 12 (IPA) – Sustaining Change
10	28	<b><i>Seminar: Bring Company to the Next Level – Transforming the Corporation</i></b>
	29	
	30	
To be advised	150 minutes	<b><i>Final Examination</i></b>

<MM6019> Manajemen Pemasaran Internasional

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6023	<b>Bobot sks:</b>	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Strategi Bisnis dan Pemasaran	<b>Sifat:</b> Wajib
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Internasional			
	Marketing Management and International Marketing Management			
<b>Silabus Ringkas</b>	Matakuliah ini dirancang untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai seluruh aspek pemasaran dan pengaruh internasionalisasi terhadap keputusan-keputusan dan aktivitas-aktivitas pemasaran suatu perusahaan.			
	The course was designed to provide knowledge on all aspects of marketing and the impact of internationalization on marketing decisions and activities of a company.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Matakuliah Manajemen Pemasaran membekali mahasiswa dengan metode-metode yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berpengaruh pada aktivitas pemasaran. Matakuliah ini juga ditujukan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk melakukan analisis masalah pemasaran secara sistematis yang akhirnya akan mempengaruhi ruang lingkup dan arah aktivitas pemasaran yang dilakukannya. Lebih jauh lagi, matakuliah ini juga dirancang untuk membekali mahasiswa dengan faktor-faktor global yang mempengaruhi seluruh keputusan dan aktivitas pemasaran.			
	Marketing management covers methods available to obtain informations that may affect marketing activities of a company. This course also intended provides the experience of conducting a systematic analysis which in the end will affect the scope and the direction of the entire marketing activities. Furthermore, this course was also designed to introduce the impact global factors on entire marketing decisions and activities.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan:			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Memahami proses dan mampu mendefinisikan masalah-masalah dalam analisis manajemen pemasaran, perencanaan, implementasi dan pengendalian sehubungan dengan fungsi pengambilan keputusan pemasaran strategis.</li> <li>1. Memiliki keahlian dalam melakukan analisis masalah secara sistematis dan mampu menterjemahkan masalah manajemen yang berhubungan dengan masalah pemasaran. Selanjutnya, mahasiswa diharapkan mampu memberikan solusi pemasaran strategis sebagai salah satu fungsi strategis di perusahaan.</li> <li>2. Memperoleh pengalaman proses-proses pemasaran secara “langsung”, diawali dengan formulasi masalah hingga ke desain dan analisis.</li> <li>3. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas pemasaran di tingkat global</li> <li>4. Memperoleh seluruh aspek pemasaran yang menjadi dasar pemasar profesional</li> </ol>			
<b>Matakuliah Terkait</b>				
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Case Analysis and Presentation (1 paper),</li> <li>2. Comprehensive Product Analysis and Presentation (1 paper)</li> <li>3. Short Product Analysis and Presentation (4 Papers)</li> </ol>			
<b>Pustaka</b>	Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan (KKALT), <i>Marketing Management: An Asian Perspective, 4<sup>th</sup> Edition</i> by Prentice Hall, 2009. (Pustaka Utama)			
	Cateora, Phillip R., <i>International Marketing, 12<sup>th</sup> Edition</i> , New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005 (Pustaka Utama)			
<b>Panduan Penilaian</b>	Activity in Class Discussion & Quiz	Individual	20%	
	Short Product Analysis	Group	20%	
	Project Assignment & Presentation	Group	20%	
	Mid Test	Individual	20%	
	Final Test	Individual	20%	
	<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>
<b>Catatan Tambahan</b>				

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Pengenalan manajemen pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi pemasaran</li> <li>• Menjaga hubungan dengan pelanggan</li> </ul>	Mahasiswa memahami definisi pemasaran dan bagaimana membangun kepuasan pelanggan	KKALT Bab 1 dan Bab 3
2	Pengumpulan informasi dan pengukuran market demand	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komponen system pemasaran informasi modern</li> <li>• Sistem kearsipan internal</li> <li>• The marketing intelligent system</li> <li>• Sistem riset pasar</li> <li>• Sistem pendukung keputusan pemasaran</li> <li>• Forecasting dan pengukuran demand</li> </ul>	Mahasiswa memahami <ul style="list-style-type: none"> <li>• komponen pemasaran informasi modern</li> <li>• cara memanfaatkan sistem kearsipan internal</li> <li>• Cara kerja The marketing intelligent system</li> <li>• Cara melakukan riset pasar yang efektif</li> <li>• Sistem pendukung keputusan pemasaran</li> <li>• Cara melakukan forecasting dan pengukuran demand</li> </ul>	KKALT Bab 5
3	Pemindaian lingkungan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisa kebutuhan dan trend dalam lingkungan makro</li> <li>• Identifikasi dan respon terhadap kekuatan</li> </ul>	Mahasiswa mampu melakukan analisa kebutuhan dan trend dalam lingkungan makro serta mampu mengidentifikasi dan merespon kekuatan lingkungan makro utama yang berpengaruh pada aktivitas pemasaran	KKALT Bab 6

		lingkungan makro utama	perusahaan	
4	Analisa Pasar Konsumer dan perilaku pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian</li> <li>Proses keputusan pembelian</li> <li>Tahapan dalam proses pembuatan keputusan pembelian</li> </ul>	<p>Memahami</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian</li> <li>Proses dan tahapan dalam proses pembuatan keputusan pembelian untuk pasar perorangan</li> </ul>	KKALT Bab 7
5	Analisa pasar bisnis dan perilaku pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi pembelian organisasi</li> <li>Partisipan dalam proses pembelian di pasar bisnis</li> <li>Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> <li>Proses pembelian</li> <li>Hubungan pemasaran B2B dalam konglomerasi</li> </ul>	<p>Memahami karakteristik pemasaran antar bisnis, termasuk</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Partisipan dalam proses pembelian di pasar bisnis</li> <li>Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> <li>Proses pembelian</li> <li>Hubungan pemasaran B2B dalam konglomerasi</li> </ul>	KKALT Bab 8
6	Identifikasi segmen pasar dan pemilihan target pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkatan dan pola dalam segmentasi pasar</li> <li>Segmentasi pasar pelanggan dan pasar bisnis</li> <li>Pemilihan target pasar</li> </ul>	Mampu melakukan segmentasi pasar melalui beberapa tingkatan dengan pola tertentu baik di pasar perorangan maupun pasar bisnis, serta mampu melakukan pemilihan target pasar	KKALT Bab 10
7	Positioning dan diferensiasi Market Offering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembentukan dan pengkomunikasian strategi positioning</li> <li>Metode diferensiasi</li> <li>Strategi pemasaran berdasarkan daur hidup produk</li> <li>Tantangan dalam pengembangan produk baru</li> <li>Pengelolaan ide, konsep, strategi, dan komersialisasi</li> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memasuki pasar global</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu melakukan positioning dan mengkomunikasikannya ke pelanggan dengan efektif</li> <li>Memahami pentingnya konsistensi strategi pemasaran yang dilakukan</li> <li>Memahami pengelolaan ide, konsep, strategi, dan komersialisasi dari produk baru</li> <li>Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memasuki pasar global</li> </ul>	KKALT Bab 11, 12, dan 13
8	Penentuan strategi produk dan pemerekan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produk dan bauran produk</li> <li>Keputusan mengenai lini produk</li> <li>Keputusan merek</li> <li>Packaging dan Labelling</li> </ul>	Mahasiswa memahami bagaimana menentukan strategi produk dan pemerekan, mulai dari produk dan bauran produk, keputusan mengenai lini produk, keputusan merek, Packaging dan Labelling	KKALT Bab 14
9	Perancangan dan pengelolaan jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karakteristik jasa</li> <li>Strategi pemasaran untuk perusahaan jasa</li> <li>Pengelolaan pelayanan pendukung produk</li> </ul>	Mahasiswa memahami karakteristik jasa dan strategi pemasaran untuk pemasaran jasa dan pengelolaan pelayanan pendukung produk	KKALT Bab 15
10	Pengembangan program dan strategi harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penetapan harga</li> <li>Adaptasi harga</li> <li>Inisiasi dan respon terhadap perubahan harga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami cara menetapkan harga</li> <li>Memahami faktor-faktor yang dapat menginisiasi perubahan harga sehingga dapat menentukan saat ketika perusahaan harus melakukan adaptasi harga</li> </ul>	KKALT Bab 16
11	Ujian Tengah Semester			
12	Perancangan dan pengelolaan saluran distribusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian saluran distribusi dan jaringan nilai</li> <li>Fungsi saluran pemasaran</li> <li>Keputusan rancangan saluran pemasaran</li> <li>Keputusan pengelolaan saluran pemasaran</li> <li>Dinamika saluran pemasaran</li> </ul>	<p>Memahami</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>pengertian saluran distribusi dan jaringan nilai</li> <li>Fungsi saluran pemasaran</li> <li>Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan rancangan saluran pemasaran dan keputusan pengelolaan saluran pemasaran</li> <li>Memahami dinamika saluran pemasaran</li> </ul>	KKALT Bab 17
13	Retailing, wholesaling, dan logistic pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Retailing</li> <li>Wholesaling</li> <li>Logistik pasar</li> </ul>	Memahami retailing, wholesaling, dan logistic pasar	KKALT Bab 18
14	Mengelola komunikasi pemasaran terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proses komunikasi</li> <li>Pengembangan komunikasi yang efektif</li> <li>Keputusan bauran komunikasi pemasaran</li> <li>Pengelolaan proses komunikasi pemasaran terintegrasi</li> <li>Pengelolaan program komunikasi pemasaran lintas Asia</li> </ul>	Memahami bagaimana proses komunikasi sehingga mampu mengembangkan, memutuskan, dan mengelola komunikasi pemasaran yang efektif yang terintegrasi, termasuk pengelolaan program komunikasi pemasaran lintas Asia	KKALT Bab 19 dan 20
15	Pengelolaan Total Marketing Effort	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organisasi pemasaran</li> <li>Implementasi pemasaran</li> <li>Evaluasi dan kontrol</li> </ul>	Mampu melakukan pengelolaan seluruh aktivitas pemasaran secara menyeluruh, termasuk organisasi, implementasi, evaluasi dan pengendalian.	KKALT Bab 22

16	Overview pemasaran internasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ruang lingkup dan tantangan pemasaran internasional</li> <li>Dinamika lingkungan perdagangan internasional</li> </ul>	Memiliki gambaran ruang lingkup dan tantangan pemasaran internasional dan dinamika yang terjadi di lingkungan perdagangan internasional	Cateora Bab 1 dan 2
17	Lingkungan budaya pasar global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dasar budaya: Sejarah dan geografi</li> <li>Dinamika budaya dalam pemasaran pasar-pasar global</li> <li>Budaya, gaya manajemen, dan system bisnis</li> <li>Lingkungan politis</li> <li>Lingkungan hukum internasional</li> </ul>	Memahami aspek budaya dari lingkungan internasional yang berpengaruh pada aktivitas pemasaran global	Cateora Bab 3, 4, 5, 6 dan 7
18	Penaksiran kesempatan yang ada di pasar global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manfaat riset pasar untuk pengembangan visi global</li> <li>Emerging market</li> </ul>	Mampu mengenali kesempatan yang muncul di pasar internasional, termasuk kesempatan yang ada dalam emerging market	Cateora Bab 8 dan 9
19	Pengembangan dan implementasi strategi pemasaran global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perencanaan dan organisasi manajemen pemasaran global</li> <li>Produk dan jasa untuk pelanggan perorangan</li> <li>Produk dan jasa untuk pasar bisnis</li> <li>Saluran pemasaran internasional</li> <li>Komunikasi pemasaran terintegrasi dan periklanan internasional</li> <li>Manajemen penjualan</li> <li>Penentuan harga untuk pasar internasional</li> </ul>	Mampu mengembangkan strategi pemasaran global yang mencakup seluruh bauran pemasaran	Cateora Bab 11-18
20	Ujian Akhir Semester			

#### <MM6020> Bisnis Internasional

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6025	<b>Bobot sks:</b> 3 sks	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b>	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Bisnis Internasional			
	International Business			
<b>Silabus Ringkas</b>	Mata kuliah ini memperkenalkan mahasiswa mengenai perbedaan-perbedaan dalam menjalankan bisnis di negara yang berbeda dan meningkatkan kepekaan dalam berinteraksi dan bekerja sama dalam lingkungan bisnis dan pemasaran internasional.			
	The course introduce the students to the differences of doing the business across the countries and increase awareness of how to interact and cooperate in the international business and marketing environment.			
<b>Silabus Lengkap</b>	Bisnis internasional berkaitan dengan keputusan dan manajemen perusahaan untuk <i>go global</i> . Untuk mencapai keberhasilan, hal ini melibatkan pemahaman kompleks akan perbedaan dalam melakukan bisnis dan pemasaran. Mata kuliah ini mencakup materi-materi terkait globalisasi, faktor negara, lingkungan perdagangan investasi global, penilaian peluang pasar global, organisasi bisnis internasional, strategi masuk dan aliansi strategis, manajemen sumber daya manusia global, dan akuntansi dan keuangan internasional.			
	International business deals with the decision and management of a company to go global. In order to succeed in going global, it involves complex understanding of differences in doing the business and marketing. The course involves of nine modules; globalization, country factors, global trade investment environment, assessing global market opportunities, organization of international business, entry strategy and strategic alliance, global human resource management, and international accounting and finance.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<p>The students will be able to:</p> <p>After completing the course, participants are expected to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Understand the increasing needs and pressure of globalization that is inevitable</li> <li>Understand the differences of cultures, norms, languages, and habits of countries in the world</li> <li>Understand the opportunities as well as the threat that may occur in the global trade investment</li> <li>Assess the most appropriate type of international business organization, entry strategy and strategic alliance</li> <li>Understand the importance of and cooperate with global human resource management</li> <li>Understand the differences of accounting standard and practice and be able to handle the financial risk in international business</li> </ol>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-		-	
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Diskusi kelompok dan kelas, studi kasus, presentasi			
<b>Pustaka</b>	International business: Competing in the global marketplace (2006) Charles W. Hill ( <i>Pustaka utama</i> )			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 76 dari 92</b>
<p>Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB  Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB.  Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.</p>		

	International Marketing 14 <sup>th</sup> ed. (2009) by Philip R. Cateora and John L. Graham ( <i>Pustaka utama</i> )
	Cultures and organizations software of the mind, intercultural cooperation and its importance for survival (2005), Geert Hofstede and Gert Jan Hofstede ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Global sourcing, journal of political economy, 2004, vol. 112, no. 3, Pol Antràs ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, 2000, Economic development quarterly, vol.14, no.1, 15-34 (2000), Michael E. Porter ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	When does privatization work: the impact of private ownership on corporate performance in the transition economies, The quarterly journal of economics, 1999, R Frydman, C Gray, M Hessel, A Rapaczynski ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Trade and foreign direct investment in China: a political economy approach, Journal of International Economics, 2002, LG Branstetter, RC Feenstra ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Foreign direct investment and the political economy of protection. International Economic Review, 1999, T Ellingsen, K Warneryd ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Standardization of international marketing strategy by firms from a developing country, International Marketing Review, 1997, S Zou, DM Andrus, DW Norvell. ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Global strategy: an organizing framework, Transnational Corporations and Business Strategy, 1993, S Ghoshal ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	Think ASEAN! (2007), Kartajaya, et al, McGraw Hill ( <i>Pustaka pendukung</i> )
	State-owned Enterprises: The Challenge of Reform (Wicaksono, 2008), in Southeast Asian Affairs 2008, ISEAS, Singapore, Singh & Tin, 2008. ( <i>Pustaka pendukung</i> )
<b>Panduan Penilaian</b>	Tugas individu dan kelompok, partisipasi di kelas, ujian
<b>Catatan Tambahan</b>	

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction – Aspects and Realities of International Business	1. Introduction 2. The International Business Imperative for Indonesian Companies Multinational market regions and market groups		Cateora and Graham (2009) Ch. 10
2	Developing a global vision through marketing research, emerging markets	Case : Nestle Strategy for Halal Product Case : In developing countries, opportunity means creating it		Cateora and Graham (2009). Ch.8; Ch 9
3	Global marketing management: planning and organizations, products and services for consumers, products and services for businesses	Case: Toyota progress in emerging market like Indonesia Case: Intel, the boom and the inescapable bust,		Cateora and Graham (2009). Ch. 11, Ch. 12, Ch. 13
4	Segmentation Challenge	1.Lecture: The Segmentation Challenge – Mattel’s New Rivals Video Viewing: Barbie’s Midlife Crisis-Mighty Mattel Fights Back 2. Cases: Case 37 Barbie versus Mulan,		Hill (2006), p 463
5	The Practice of International Business in Indonesia			
6	Foreign exchange market, the global capital market	Case: Asian crisis and lessons for macroeconomic and financial management		Cateora and Graham (2009) . Ch. 9; Ch. 11
7	Financial management in the international business and marketing,	Case: Transfer pricing wars Case: Translation exposure at Baxter International		Cateora and Graham (2009). Ch. 20
8	The Dynamics of International Business – Gaming Wars	Video Viewing : Microsoft’s Big Gamble Class Discussion and Preparation for Group Presentation		
9	Group Presentations – Factors for Achieving Gaming Success Indonesia			

10	Guest lecturer: Private Equity Business in Indonesia			
11	Regional Economic Integration			Kotler, Kartajaya & Huan (2007)
12	Discussion and Presentation of Cases from Session 1			
13	Cross-Cultural Management Competencies and The Challenge of Cross-Cultural Management	1. Lecture: Cross-cultural Management Competencies and The Challenge of Cross-Cultural Management 2. Applying Japanese Management in Europe: Empowering People		
14	Cross-Cultural Management at M&A in Indonesia	Introduction to Case Study: PT. HM Sampoerna Tbk 2. Syndicate Discussion, Class Discussion & Conclusion		
15	Discussion and Presentation of Case from Session 4			
16	National Differences - Political Economy & Culture	1. Class review of Case Case: India country focus & update		Country Focus: The changing political economy of India (CH, pp.37-38) Hill (2006). CH Ch.2 and Ch.3
17	Political Economy and Culture	Case Study: Microsoft's Troubles in China		Hill (2006), pp.81-82)
18	Strategy of International Business	1. Global Strategies of MNCs 2. Video: Mr. Morita's mission		
19	Entry Strategy and Business Operation in Asia	1. Entry Strategy & Business Operation in Emerging Asia 2. Critical Reflection on Case Studies on Strategic Fit (China Venture pp. 55-60; 83-96)		Hill (2006). CH Ch.14; <u>Environmental Change, Enterprise and Management in Asia</u> , pp. 58-71; <u>The China Venture</u> , pp.1-52; <u>New Developments in Emerging Asia</u> , pp.1-41, 70-115; <u>Strategic Time</u> , pp.57-82.
20	Guest Lecture Managing International Projects			
21	FDI Theories			Hill (2006). Ch.6; Ch.7
22	Theories of International Trade			Hill (2006).Ch.4 and Ch.5
23	International Economics			
24	Internationalization of Business in The Philipp			
25	Internationalizing Business in Indonesia: Hitachi Experience			
26	Privatization	1. Lecture: The Political Economy of Privatization 2. Cases on privatization: Australian Airport (HKU: 150), Semen Gresik, Krakatau Steel: When business & politics collide		
27	Discussion and Presentation of Cases from Session 1			
28	Different Context of Indonesia, Singapore, Malaysia	1. State-Owned Enterprise & Government-Linked Company 2. Cases on Temasek, Khazanah and Indonesian BUMN		

29	Final Group Presentation			
30	Final Group Presentation			

<MM6021> Manajemen Pengembangan Produk (WD)

<MM6022> Bisnis Kecil

<b>KodeMatakuliah:</b> MM6032	<b>Bobotsks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> (genap/ganjil)	<b>KK / Unit PenanggungJawab:</b> ManajemenTeknologiKewirausahaan (ETM)	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>NamaMatakuliah</b>	Manajemen Usaha Kecil Menengah			
	Small Business Management			
<b>SilabusRingkas</b>	Kondisi perekonomian di Indonesia masih didominasi oleh usaha kecil menengah, bahkan faktanya usaha kecil menengah ini memiliki kecenderungan untuk tidak berkembang menjadi usaha yang besar. Hal ini disebabkan karena para pelaku bisnis tersebut kurang memiliki pengetahuan dan keahlian dalam mengatur dan mengembangkan bisnisnya.			
	Small businesses are the largest part of businesses in Indonesia. In fact small businesses are seldom becomes large, because the businessmen do not have knowledge and skills to manage and to develop their businesses.			
<b>SilabusLengkap</b>	Kuliahinidirancanguntukmemberikanketerampilanandanpengetahuankepadamahasiswaadalammengembangkanusahakecil/menengah. Para mahasiswaakanmenganalisiskondisiekssternaldan internal padausahakecil/menengahini, sepertipesaing, pelanggan, pemasok ( <i>suppliers</i> ), masalahhukum, etikadantanggungjawabsosial; indikatorbisnisdanekonomi; kecenderunganandalambisnis global yang berpengaruhterhadapkondisisusahakecil/menengah. Selainitumahasiswaakanmenganalisisisueterkait yang menyebabkankeberhasilanataukegagalanpadausaha kecil/menengah.			
	This course determines students in having required knowledge and skills in managing and developing existing small business. Students will analyze both external and internal environment of small business, such as competitors, customers, suppliers, legal issues, finance, ethics, and social responsibility; business and economic indicators; and trends in the business world that affect small business. The future of small business can take place in two directions, success or failure. Students will examine the relevant issues that impact on the success or failure of business.			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	Mahasiswa mampumenganalisisperananusahakecil/menengah terhadap perekonomian nasional dan faktor yang mempengaruhi sukses maupun kegagalan yang dialami usaha kecil/menengah khususnya di Indonesia.			
<b>MatakuliahTerkait</b>	-			
<b>KegiatanPenunjang</b>	Kuliahtatapmuka			
<b>Pustaka</b>	Strategic Management In Small and Medium Enterprises by FarhadAnaloui and AzhdarKarami			
	Development of Small and Medium Enterprises in a Developing Country: The Indonesian Case			
	Marketing Management (Kotler)McKinsey 7S. KSF for owner			
	Case Study: Singapore's SMEs (internal factor), SMEs Development in Indonesia Do Economic Growth and Government Support Matters (external factor)			
<b>PanduanPenilaian</b>	Keaktifanmahasiswa/individual (10%) Ujian Tengah Semester/Individual (40%) Ujian Akhir Semester/Individual (50%)			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

Mg #	Topik	Sub Topik	CapaianBelajarMahasiswa	SumberMateri
1	Pengenalan usaha kecil/menengah dan peranan usaha kecil/menengah dalam perekonomian nasional	Pendahuluan/peraturan perkuliahan dan keterkaitan antara pertumbuhan usaha kecil/menengah terhadap kondisi perekonomian Indonesia	Mahasiswa mampu menggambarkan kondisi usaha kecil/menengah dan dampak pertumbuhannya terhadap perekonomian nasional.	-Strategic Management In Small and Medium Enterprises by FarhadAnaloui and AzhdarKarami -Development of Small and Medium Enterprises in a Developing Country: The Indonesian Case
2	Pengelompokkan Usaha	Pengelompokkanusahakecil/menengah	Mahasiswa mampumengklasifikasikanusahakecil.menengahda	SME Clustering

	kecil/menengah	di Bandung.	nmembahassecara detail.	Strategy in Indonesia
3	Analisis eksternal usahakecil/menengah di Bandung I (satukelompok)	Mendeskrripsikanketerkaitanantarausahakecil/menengahdenganpemerintah, bank, BUMN danakademiserkait (universitas)	Mahasiswamampumenjelaskanketerkaitanantaraperkembanganusahakecil/menengahdenganinstansipendukungnya.	Tinjauanliteratur danpengumpulan data sekunder.
4	Analisis eksternal usahakecil/menengah di Bandung II (satukelompok)	Menjelaskan kondisifaktorsosialdanekonomiyang mempengaruhiperkembanganusahakecil/menengah	Mahasiswamampumenjelaskanpengaruhfaktorsosial, ekonomidanbudayaterhadapperkembanganusahakecilmenengah.	Tinjauanliteratur danpengumpulan data sekunder.
5	Analisis eksternal usahakecil/menengah di Bandung III (satukelompok)	Menjelaskanstrategipersaingan yang dilakukanolehusahakecil/menengah	Mahasiswamampumenganalisisstrategipersaingan yang dilakukanusahakecil/menengah.	Strategipersaingan (Porter), Kasus: PayungGeulisTasikmalaya
6	<b>Ujian Tengah Semester: Submit Paperilmiahpadakonferensibertarafinternasional</b>			
7	Analisis internal usahakecil/menengah di Bandung I (satukelompok)	Value chain dan kompetensi utama usahakecil/menengah	Mahasiswamampumenganalisisvalue chain dan kompetensi utamadalam internal usahakecil/menengah	Tinjauanliteratur danpengumpulan data sekunder.
8	Analisis internal usahakecil/menengah di Bandung II (satukelompok)	Analisis dengan metode 7P	Mahasiswamampumenganalisisstrategipengelolaanusahakecil/menengah dengan menggunakan metode 7P	Marketing Management (Kotler) McKinsey 7S. KSF for owner
9	Identifikasi kunci kesuksesan anusahakecil/menengah (satukelompok)	Faktor kesuksesan dan analisis eksternal an internal	Mahasiswamampumenganalisisstrategi yang dilakukanusahakecil/menengah dan merupakan faktor kesuksesan dan dalam menjalankan usahanya.	Case Study: Singapore's SMEs (internal factor), SMEs Development in Indonesia Do Economic Growth and Government Support Matters (external factor)
10	Optimalisasi pengembangan anusahakecil/menengah I	Kebijakan pemerintah, BUMN dan swastadalam mendukung pengembangan anusahakecil/menengah	Mahasiswamemahami keterkaitan dan peran antarapemerintah, BUMN dan swastadalam memajukan usahakecil/menengah	Poland KSF (Business Intelligence) Singapore (The Entrepreneur) Indonesia (The Innovation) Australia (e-commerce)
11	Optimalisasi pengembangan anusahakecil/menengah II	Kebijakan akademis/ universitasterkait dalam mendukung pengembangan anusahakecil/menengah	Mahasiswamemahami keterkaitan dan peran antara akademis dan universitasterkait dalam memajukan usahakecil/menengah	Taiwan (Research)
12	<b>Ujian Akhir semester</b>			

<MM6023> Perencanaan Sumberdaya Perusahaan

<b>Kode Matakuliah:</b> MM6033	<b>Bobotsks:</b> 3	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Kewirausahaan dan Manajemen Teknologi	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Perencanaan Sumberdaya Perusahaan			
	Enterprise Resource Planning			
<b>Silabus Ringkas</b>	Perencanaan Sumberdaya Perusahaan (ERP) adalah sistem informasi yang paling populer dan pada dekade terakhir. Perusahaan seperti Dell, IBM, dan Walmart bergantung pada sistem ERPnya untuk menciptakan dan menangkap keunggulan kompetitifnya. Semakin banyaknya penyedia ERP menunjukkan kepopuleran ERP. Sekolah-sekolah bisnis memasukkan ERP ke dalam kurikulumnya. Difusi dari ERP ini mencerminkan pentingnya ERP untuk komunitas bisnis.			



	Enterprise Resource Planning (ERP) is one of the most popular information systems for the last decade. Companies such as Dell, IBM, and Wal-Mart rely on their ERP systems to create and capture competitive advantage. An increasing number of ERP providers serves another indication of the popularity of ERP. Business schools also include ERP in their curriculums. This ERP diffusion reflects the important of ERP to business community.	
<b>Silabus Lengkap</b>	ERP dapat dilihat sebagai sistem informasi terintegrasi yang memungkinkan perusahaan dapat memperbaiki proses pengambilan keputusan. ERP digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis dan menyebarkan data untuk pengambil keputusan yang terkait. Para pengambil keputusan dapat melihat situasi dari gambaran yang lebih luas dan menghasilkan beberapa pilihan untuk perbaikan kinerja. Perusahaan dapat berkolaborasi dengan para pemasoknya dan rekanan di hilir tidak hanya dalam proses transaksi namun juga proses pengambilan keputusan. Manajemen rantai pasok adalah satu bidang dalam manajemen operasi yang paling banyak memanfaatkan keunggulan ERP. Dapat dikatakan bahwa ERP merupakan enabler untuk mewujudkan janji-janji dari manajemen rantai pasok pada perusahaan. Kuliah ini dirancang untuk menyediakan mahasiswa MBA dengan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip yang mendasari ERP dan kemampuan untuk memanfaatkan ERP dalam memperbaiki rantai pasok.	
	ERP can be seen as an integrated information system that allows a company to improve its decision-making processes. ERP are used to collect, store, analyze, and disseminate data to all related decision makers. Decision makers are able to see a large picture of the situation and come out with several alternatives of performance improvement. In addition, the company becomes able to collaborate with their upstream suppliers and downstream partners not just in transaction process but also in decision-making process. Supply chain management (SCM) is a field of operations management, which mostly takes the advantage of ERP. It can be seen that ERP is an enabler to realize potential promises of SCM to companies. This course is designed to provide MBA students with the knowledge of understanding principles underlying ERP and skills of capitalizing ERP in improving supply chains.	
<b>Luaran (Outcomes)</b>	The objective is to help students understand concepts, frameworks, and tools of ERP which can be used to identify existing problems of fragmented information systems and think about how to improve the impact of ERP on supply chain wide performance. The specific objectives include: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Lay firm groundwork in basic ERP concepts and architecture,</li> <li>o Achieve familiarity with ERP brainware,</li> <li>o Become acquainted with ERP modules,</li> <li>o Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance, and</li> <li>o Gain hands-on computer-laboratory experience in the use of ERP modules.</li> </ul> This course is designed for students who consider working in sales-marketing, supply chain, logistics management departments of companies in different industries as well as who consider working in logistics service providers.	
<b>Matakuliah Terkait</b>	Manajemen Rantai Pasok	Bersamaan
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Praktikum	
<b>Pustaka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chase, R.B., Jacobs, F.R. and Aquilano, N.J. (2004), <i>Operations Management for Competitive Advantage</i>, 10<sup>th</sup> Ed., McGraw-Hill/Irwin, Boston. (CJA)</li> <li>2. Jacobs, F.R. and Whybark, D.C. (2000), <i>Why ERP? A Primer on SAP Implementation</i>, Irwin/McGraw-Hill, Boston. (JW)</li> <li>3. O'Leary, D.E. (2000), <i>Enterprise Resource Planning Systems: Systems, Life Cycle, Electronic Commerce, and Risk</i>, Cambridge University Press, Cambridge.</li> <li>4. Satzinger, J.W., Jackson, R.B. and Burd, S.D. (2002), <i>Systems Analysis and Design in a Changing World</i>, 2<sup>nd</sup> Ed., Thomson, Boston. (SJB)</li> </ol>	
<b>Panduan Penilaian</b>	Group Project	25% Team grade by facilitator
	Quiz	5% Individual grade by facilitator
	Peer Assessment	10% Individual grade by team members

	Participation	10%	Individual grade by team and facilitator
	Midterm exam	25%	Individual grade by facilitator
	Final exam	25%	Individual grade by facilitator
<b>Catatan Tambahan</b>			

Mg#	Topik	Sub Topik	Capaian Belajar Mahasiswa	Sumber Materi
1	Introduction to ERP		Lay firm groundwork in basic ERP concepts and architecture	- CJA pp. 452-463 - JW: Introduction to ERP - SJB Ch. 14: Packaged Software and ERP
2	Enterprise Architecture	- Technical Overview - The Data Architecture	Lay firm groundwork in basic ERP concepts and architecture	- JW: The SAP School - Case 2: Cisco Systems
3	Enterprise Architecture	- The System Architecture - Extending ERPs: CRM - Alternatives to ES	Lay firm groundwork in basic ERP concepts and architecture	- CJA Ch 9 & 14: Supply Chain Strategy - Coordination: An Overview - Case 3: Moore Medical Corporation
4	Coordination	- Linking ES to Strategy - Linking ES to BPM	Lay firm groundwork in basic ERP concepts and architecture, Achieve familiarity with ERP brainware,	- CJA Ch 9 & 14: Supply Chain Strategy - Case 4: The Enterprise System
5	Supply Chain Collaboration		Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- CPFR - Case 5: Wal-Mart
6	Guest Speaker from IFS: ERP Software		Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- IFS Overview - ERP Software - Case 6: IFS
7	<i>Mid Test</i>			
8	Systems Analysis		Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- SJB Part 2: Systems Analysis Tasks - Case 7: A 3 day car: Build-to-order supply chain
9	System Design		Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- SJB Part 3: System Design Tasks - Case 8: A 3 day car: Build-to-order supply chain
10	Making the Case for Enterprise Systems	- Deciding to Go ERP - Choosing An ERP System - ROI Analysis	- Achieve familiarity with ERP brainware, - Become acquainted with ERP modules, - Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- Murphy and Simon (2001) Case 9: Harley-Davidson Motor Company: Enterprise Software Selection
11	IFS Distribution Module		- Become acquainted with ERP modules, - Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- Lecture Note - Laboratory Assignment
12	ERP Implementation		- Become acquainted with ERP modules, - Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- JW: Back at the Plant - Nah and Lau (2001) - Case 10: Tektronix, Inc.
13	IFS Distribution Module		- Become acquainted with ERP modules, - Understand how to use ERP modules to improve supply chain wide performance	- Lecture Note - Laboratory Assignment
14	<i>Final Test</i>			

<MM6024> Memimpin dan Mengelola Perubahan Organisasi

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 6053	<b>Bobot sks:</b> 3	<b>Semester:</b>	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> People and Knowledge Management	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Mepemimpinana dan Mengelolaan Perubahan Organisasi			
	Leading and Managing Organizational Change			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 82 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

<i>Silabus Ringkas</i>	<p>Modul ini akan mengajarkan mahasiswa pengetahuan dan keterampilan dalam memimpin perubahan organisasi.</p> <p>Modul ini merupakan kulminasi dari banyak mata kuliah lainnya.</p> <p>Mahasiswa akan belajar interplay antara Context, Content dan Processes dalam pengembangan organisasi.</p>	
	<p>This module will bring knowledge and skills to the students in the area of organizational change. It becomes a culmination of all other subjects to keep companies sustainable. Students will learn the interplay among Context, Content, and Processes to lead and to manage organizational change.</p>	
<i>Silabus Lengkap</i>	<p>Modul ini akan mengajarkan kepada mahasiswa tentang efektif-nyas suatu organisasi and bagaimana menajag keberlangsungannya dalam rangka menjagaselaluterdwujudnya niat didirikannya organisasi tersebut. Dua fondasi keilmuan – Organization Development (OD) dan Change Management akan didiskusikan termasuk interplay antara Context, Content, dan Processes dalam organisasi. Jembatan antara teori dan praktik akan diperoleh mahasiswa dengan mempersiapkan Seminar dan mengambil objek perusahaan dengan merancang dan mempersiapkan agenda perubahan menggunakan hasil olah pikir pakar manajemen terbaru. Diharapkan di akhir perkuliahan, mahasiswa akan mampu berperan sebagai garda terdepan dalam memimpin perubahan organisasi di tengah kompleksitas dan ketidakpastian lingkungan strategis.</p>	
	<p>This module will teach students about organizational effectiveness and how to bring sustainability to maintain organizational purposes. Two basic tenets in organizational change, namely Organizational Development and Change Management will be discussed including the interplay among Context, Content, and Processes. The link between theory and practices will be the real experience for students to choose their own business entity and designing/preparing the change agenda to bring the companies to the next level by using the latest management thinkings. By the end of the course module, students will be able to guard the organizational change in our always changing environment, complexity and uncertainty of general environment and industry specific environment</p>	
<i>Luaran (Outcomes)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami tentang bermacam-macam metode untuk menjaga keberlangsungan hidup organisasi</li> <li>2. Mampu menggunakan bermacam Management Tools dalam rangka merancang dan mempersiapkan agenda perubahan dan implementasinya</li> <li>3. Mampu menunjukkan behaviours/traits: Resillience (Tangguh), Forward Looking, Strategic Thinking.</li> </ol>	
<i>Matakuliah Terkait</i>	MM5002 (People in Organization)	
	Strategic Management	
<i>Kegiatan Penunjang</i>	<p>Students should choose a business entity to prepare its Change Agenda and applying processes which are developed recently by business consultants, practitioners, or academicians.</p>	
<i>Pustaka</i>	Palmer., Ian et al: Managing Organizational Change – A Multiple Perspectives Approach., Second Edition, McGraw Hill International, 2009 ([Pustaka utama])	
	Cummings., Thomas G., et al: Organization Development & Change, Ninth Edition, South-Western Cengage Learning, 2009 ([Pustaka pendukung])	
	Hayes, John: The Theory and Practice of Change Management, Third Edition, Palgrave Macmillan, 2010 ([Pustaka pendukung])	
<i>Panduan Penilaian</i>	<p>Quizzes = 10%; Individual class participation = 10%; Case (Group Discussion) = 20%; Seminar = 30%; Final Exam = 30%</p>	
<i>Catatan Tambahan</i>	<p>HBR Reading Materials, HBSP Cases, Practical Books for Seminar at one point in time could be change with some updates materials since the organizational</p>	

	change always develop (seminal)
--	---------------------------------

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>CapaianBelajarMahasiswa</i>	<i>SumberMateri</i>
1	Introduction to Organizational Change	Organizational Effectiveness Stories of Change Images of Managing Change	Students understand about organizational effectiveness and various images of Leading and Managing Change	Ch01 (Jones), Ch01 & Ch02 (Palmer) Case Study Ch02 (Palmer)
2	Context within the organizational change	Pressures for Change	Students understand context for the organizational change and deepening the understanding about images of managing change	Ch03 (Palmer) Case Study Ch03 (Palmer) HBR Reading: Cracking the Code of Change
3	Content within the organizational change	Various types of organizational change Various models for organizational design Identifying Pressures for Change	Student understand various types of organizational change and organizational model and deepening the understanding about various forces for change	Ch04 (Palmer) Case Study Ch04 (Palmer) Ch05 (Palmer) Case Study Ch05 (Palmer) HBSP Case: Gillette Company (A): Pressure for Change
4	Resistance Management	Resistance Management	Students understand how to manage resistance to change	Ch06 (Palmer) Case Study Ch06 (Palmer) HBR Reading: The Reason People Won't Change Ivey Case: Maple Leaf Foods (A) – Leading Six Sigma Change
5	Process for organizational change	Organizational Development Various Interventions	Students understand the evolution of Organizational Development and able to choose an appropriate intervention techniques to execute change	Ch07 (Palmer) Ch09 (Cummings) HBSP Case: IBM Decade of Transformation – Uniting Vision and Values
6	Process for organizational change	Change Management Various Interventions	Students understand the various processes to lead & manage change decisively and able to choose an appropriate intervention techniques to execute change	Ch08 (Palmer) Ch16 and Ch17 (Hayes) HBSP Case: IBM Decade of Transformation – The Turnaround to Grow
7	Communication for change	Communication strategy	Students understand the importance of communication to bring about successful change and link theory to practice by having benchmarking experience from a company	Guest Lecture: an industry experience to organizational change Ch10 (Palmer) Case Study Ch10 (Palmer)
8	Communication for change	Communication skills	Students will have the skills to communicate the change	Ch11 (Palmer) Case Study Ch11 (Palmer) HBSP Case: Cisco Systems, Inc.: Implementing ERP
9	Seminar	Good to Great Execution Premium	Students ability to prepare the company for the next level	Good to Great (Jim Collins) Execution Premium (Kaplan)
10	Seminar	Beyond Change Management Beyond Performance	Students ability to prepare the company for the next level	Beyond Change Management (Andersen) Beyond Performance (Keller)
11	Written Final Exam			

<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan ITB</b>	<b>Kur2013-[MAB]</b>	<b>Halaman 84 dari 92</b>
Template Dokumen ini adalah milik Direktorat Pendidikan - ITB Dokumen ini adalah milik Program Studi [MAB] ITB. Dilarang untuk me-reproduksi dokumen ini tanpa diketahui oleh Dirdik-ITB dan [KodeProdi]-ITB.		

<MM6025> Manajemen Multi Budaya

<i>Kode Matakuliah:</i> MM6054	<i>Bobot sks:</i> 3	<i>Semester:</i>	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> People and Knowledge Management	<i>Sifat:</i> Pilihan
<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen Konflik dan Multibudaya Cross Cultural and Conflict Management			
<i>Silabus Ringkas</i>	<p>Globalisasi adalah fenomena yang membuat kontak antar budaya yang berbeda menjadi tidak terelakkan. Oleh karena itu, kemampuan untuk dapat beradaptasi dan berinteraksi serta mengatur orang-orang dari budaya berbeda menjadi penting.</p> <p>Globalization is a phenomenon that makes intercultural contacts become inevitable. Therefore, the ability to be able to adapt and interact also the ability to manage people from different culture become important.</p>			
<i>Silabus Lengkap</i>	<p>Globalisasi adalah fenomena yang membuat kontak antar budaya yang berbeda menjadi tidak terelakkan. Oleh karena itu, kemampuan untuk dapat beradaptasi dan berinteraksi serta mengatur orang-orang dari budaya berbeda menjadi penting. Dalam dunia bisnis dan kehidupan organisasi, perbedaan budaya diantara para anggotanya dapat menjadi satu halangan yang menghambat sukses dan kolaborasi. Gaya komunikasi dan perilaku yang berbeda antar budaya menjadi salah satu aspek yang menimbulkan salah pengertian. Oleh karena itu, dibutuhkan para pemimpin dan orang-orang yang mengerti bagaimana berinteraksi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan memiliki kompetensi dalam interaksi antar budaya dalam konteks bisnis.</p> <p>Globalization is a phenomenon that makes intercultural contacts become inevitable. Therefore, the ability to be able to adapt and interact also the ability to manage people from different culture become important. In the world of business and organizational life, cultural differences among its members may impede success and collaboration. Different communication styles and behaviors may also cause imprecise perceptions. Therefore, we need leaders and competent people who understand how to interact with people coming from different cultural backgrounds or those who have intercultural competence in the business context</p>			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	<p>Setelah Kuliah ini, mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu <u>memeriksa</u> hubungan antara identitas budaya (dan budaya secara umum) dan konteks</li> <li>2. Mampu <u>menganalisis</u> konflik budaya dalam satu organisasi atau perusahaan</li> <li>3. Mampu <u>mengaplikasikan</u> dan <u>membedakan</u> penggunaan beragam gaya komunikasi dan perilaku dalam berbagai konteks bisnis</li> </ol>			
<i>Matakuliah Terkait</i>				
<i>Kegiatan Penunjang</i>	Case study, presentation, Discussion, Role Play			
<i>Pustaka</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leung, K. and Tjosvold, D. (1998), Conflict Management in the Asia Pacific: Assumptions and Approaches in Diverse Cultures, John Wiley &amp; Sons: Singapore, Singapore.</li> <li>2. Lewis, R. D. (2006), When Cultures Collide: Leading Across Cultures, Nicholas Brealey Publishing: London, UK.</li> </ol>			
<i>Panduan Penilaian</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projek Individu (Individual Project) – 15%</li> <li>2. Projek Kelompok (Group Project) – 15%</li> <li>3. Partisipasi Kelas (Class Participation by Lecture/Tutor &amp; Peers) – 10%</li> <li>4. Ujian Tengah Semester (Mid-term Test) – 30%</li> <li>5. Ujian Akhir Semester (Final-term Test) – 30%</li> </ol>			
<i>Catatan Tambahan</i>				

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Class and Course Introduction	Cross-cultural Understanding, Curiosity	Memahami peraturan dan silabus mata kuliah  Mengerti akan pentingnya memiliki pemahaman lintas budaya	Lewis, R. D. (2006), Bennett, J. M. (2010), Training Program Video by Learning Communications
2	Getting to Grips with Cultural Diversity	The Use of Time, Bridging the Communication Gap, Manners (and Mannerisms)	Memahami perbedaan yang terdapat antara budaya yang berbeda dalam hal penggunaan waktu, berkomunikasi, dan sikap	Lewis, R. D. (2006), Stringer, D. M. and Cassiday, P. A. (2009), Training Program Video by Learning Communications
3	The Portraits of Ethnic Cultures in Indonesia		Memahami perbedaan budaya di Indonesia and mampu menganalisis permasalahan yang timbul dari perbedaan budaya tersebut	Lewis, R. D. (2006)
4	Getting to Know Each Other: Asian, Middle Eastern and African Countries	Introduction to Singapore Malaysia	Menyadari akan kemungkinan munculnya konflik di wilayah yang berbeda Mampu untuk bernegosiasi baik dalam konteks internasional maupun antar budaya dalam satu negara	Lewis, R. D. (2006), Training Program Video by Learning Communications
5	Managing and Leading in Different Cultures	Status, Leadership and Organization; Team Building and Horizons	Memahami dampak dari perbedaan budaya Mampu untuk membuat team multibudaya	Lewis, R. D. (2006), Bennett, J. M. (2010)
6	Ujian Tengah Semester			
7	Designing an Effective Cross-Cultural Management Training Program	Doing Business in different country	Menyadari pentingnya program pelatihan lintas budaya Mampu untuk merancang program pelatihan lintas budaya	Training Program Video by Learning Communications
8	Getting to Know Each Other	Presentation: Asian, Middle Eastern and African Countries	Menyadari perbedaan budaya yang terdapat di Asian, Middle Eastern, dan African Countries Mampu untuk melakukan presentasi yang kreatif, efektif, dan efisien	Lewis, R. D. (2006)
9	Getting to Know Each Other	Presentation: Western and Latin American Countries	Menyadari perbedaan budaya yang terdapat di Western dan Latin American Countries Mampu untuk melakukan presentasi yang kreatif, efektif, dan efisien	Lewis, R. D. (2006)
10	Conflict Management in the Asia Pacific	Conflict Management in Korea, Japan, Thailand, Indonesia, the Philippines, and North America	Menyadari akan kemungkinan munculnya konflik di wilayah yang berbeda Mampu untuk bernegosiasi baik dalam konteks internasional maupun antar budaya dalam satu negara	Training Program Video by Learning Communications, Guest Lecturer
11	Review dan Persiapan Ujian Akhir Semester	Review Materi yang telah diberikan Pengumpulan	Memahami kembali aspek-aspek yang berkaitan dengan manajemen lintas	Lewis, R. D. (2006) Leung, K. and Tjosvold, D. (1998)

		Individual Project	budaya Mampu menghadapi ujian akhir semester yang akan dilakukan	
12	Ujian Akhir Semester			

<MM6026> Manajemen Risiko Syariah

<b>Kode Matakuliah:</b> MM 6016	<b>Bobot sks:</b> 3 SKS	<b>Semester:</b> Ganjil dan Genap	<b>KK / Unit Penanggung Jawab:</b> Risiko Bisnis dan Keuangan	<b>Sifat:</b> Pilihan
<b>Nama Matakuliah</b>	Manajemen Risiko Syariah			
	<i>Sharia Risk Management</i>			
<b>Silabus Ringkas</b>	Kuliah ini akan membahas teori dan aplikasi yang terkait dengan prinsip-prinsip manajemen risiko syariah, identifikasi risiko dan evaluasi, strategi dalam manajemen risiko syariah, kebijakan dalam manajemen risiko syariah, struktur dan organisasi dalam manajemen risiko syariah, risiko spesifik terkait perbankan syariah, serta perencanaan pengelolaan dan komunikasi manajemen risiko syariah. <i>This subject comprises of the theory and application of sharia risk management principles, identifying risk and its evaluation, sharia risks management strategy, sharia risk management policy, structure and organization for sharia risk management, specific risks in Sharia Banking management, sharia risk management planning and communication.</i>			
<b>Silabus Lengkap</b>	Dalam dunia bisnis saat ini, risiko diukur sejak bisnis mula dan secara terus-menerus diperhatikan selama bisnis tersebut masih tetap jalan. Risiko memiliki fungsi dalam menghasilkan imbal balik bagi suatu bisnis. Menurut prinsip keuangan, semakin tinggi risiko semakin tinggi imbal balik yang diperoleh maupun sebaliknya. Dengan demikian bagaimana mengelola risiko ini menjadi suatu bermanfaat bagi suatu bisnis dan tetap membuat suatu bisnis menjadi berkelanjutan. <i>In a corporation or today's business world, 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. 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. That is a principle of Finance. So we have to deal with risks according to our appetite and business philosophy. So as long as the company runs the business sustainable for generating the return, risk will associate with it.</i>			
<b>Luaran (Outcomes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa memahami peran dan fungsi manajemen risiko syariah dalam pencapaian tujuan perusahaan.</li> <li>• Mahasiswa mampu menerapkan pendekatan rasional dalam mengelola risiko.</li> <li>• Mahasiswa mampu mempergunakan berbagai alat dan teknik dalam menganalisis kondisi internal dan eksternal dalam rangka mengidentifikasi, mengukur, mengelola, dan mengevaluasi risiko.</li> <li>• Mahasiswa memahami berbagai keputusan yang diambil pada berbagai level manajemen dalam kaitannya dengan manajemen risiko syariah.</li> <li>• Mahasiswa mampu menyusun rencana dalam mengontrol dan mengelola risiko perusahaan.</li> </ul>			
<b>Matakuliah Terkait</b>	-			
<b>Kegiatan Penunjang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkuliahan dalam kelas</li> <li>• Kasus bisnis</li> </ul>			
<b>Pustaka</b>	22. (JB) Bessis, Joel. Risk Management in Banking, John Wiley and Sons 23. Van Greuning, Hennie, Iqbal Zamir (2008) Risk Analysis for Islamic Banks, The World Bank 24. Muhammad al-Bashir Muhammad al-Amine (2008), Risk Management in Islamic Finance : An Analysis of Derivatives Instruments in Commodity Markets, Brill, LEIDEN BOSTON 25. Munawar Iqbal, David T Llewellyn (2002) Islamic Banking and Finance: New Perspectives on Profit Sharing and Risk, Edward Elgar Publishing Limited 26. Monzer Kahf (2006) Innovation and Risk Management in Islamic Finance: Sharia Considerations, Seventh Harvard Forum on Islamic Finance 27. Morisano (2010) Managing Uncertainty in an Islamic Financial Institution, Presentation to the PRMIA Singapore Chapter 28. Price Waterhouse Coopers (2008) Growing Pains: Managing Islamic Banking Risks 29. Mohamed Damek, Emmanuel Volland (2008) Risk Management for Islamic Financial Institutions: A Rating Perspective, Standard&Poor's 30. Nasser M. Suleiman, Corporate Governance in Islamic Bank 31. Kaliaq Ahmad, Azhar Kazmi (2010) Bank Muamalat: a case study in Islamic Management, IIUM Journal of Case Studies in Management Vol. 1, issue 2:34-44, 2010 ISSN 2180-2327			
<b>Panduan Penilaian</b>	27. Ujian Tengah Semester (30%) 28. Ujian Akhir Semester (30%) 29. Kuis (10%) 30. Tugas Individu (20%) 31. Tugas Kelompok (10%)			
<b>Catatan Tambahan</b>	-			

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	Pengantar Manajemen Risiko Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengantar</li> <li>• Filosofi Risiko</li> <li>• Jenis-Jenis Risiko</li> <li>• Analisis Risiko dalam Lingkup Perusahaan</li> </ul>	Memahami konsep risiko serta manajemen risiko.	JB (Bab 1 dan 2)
2	Identifikasi dan Pengukuran Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikasi Risiko</li> <li>• Pengukuran Risiko</li> </ul>	Memahami bagaimana melakukan identifikasi dan pengukuran risiko.	JB (Bab 3) <i>Case 1 : A Framework for Risk Management</i>
3	Pemetaan Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemetaan Risiko</li> </ul>	Memahami bagaimana risiko yang telah diidentifikasi dan diukur sebelumnya dipetakan pada peta risiko perusahaan.	JB (Bab 4) <i>Case 2: Bank Muamalat: A Case Study in Islamic Management</i> <i>Case 3: Growing Pains Managing Islamic Banking Risks</i>
4	Mitigasi Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitigasi Risiko</li> </ul>	Memahami berbagai tindakan manajemen risiko yang dapat dilakukan berdasarkan pemetaan risiko perusahaan.	JB (Bab 5) <i>Case 4: Insurance and Takaful</i>
5	Derivatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derivatif dan keuangan Islam</li> </ul>	Memahami bagaimana peranan derivatif dalam keuangan Islam, terutama terkait dengan manajemen risiko syariah.	JB (Bab 6, 7, dan 6) <i>Case 5: Risk Management For Islamic Financial Institutions: A Rating Perspective</i> <i>Case 6: Corporate Governance in Islamic Banking</i>
6	Ujian Tengah Semester			
7	Risiko Kredit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiko Kredit dalam Manajemen Risiko Syariah</li> </ul>	Memahami bagaimana risiko kredit mempengaruhi kegiatan Bank Islam.	JB (Bab 12, 13, dan 14) <i>Case 7: Prudential Regulation of Islamic Banks: An Analysis of Capital Adequacy Standards</i> <i>Case 8: Managing Risks and Liquidity in an Interest Free Banking Framework: The Case of the Islamic Banks</i>
8	Risiko Pasar dan Risiko Operasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiko Pasar dalam Manajemen Risiko Syariah</li> <li>• Risiko Operasional dalam Manajemen Risiko Syariah</li> </ul>	Memahami bagaimana risiko pasar dan risiko operasional mempengaruhi kegiatan Bank Islam.	JB (Bab 11) <i>Case 9: Key Factors Influencing Credit Risk of Islamic Bank: A Malaysian Case</i>
9	Evaluasi Risiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian Kinerja Manajemen Risiko</li> </ul>	Memahami bagaimana cara menilai kinerja manajemen risiko yang dilakukan pada suatu perusahaan.	JB (Bab 16) <i>Case 10: Managing the Demand and Supply of Liquidity in Islamic Banking (Case of Indonesia)</i>
10	Peran Manajemen Risiko dalam Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen Risiko Perusahaan</li> </ul>	Memahami bagaimana peranan manajemen risiko dalam perusahaan secara keseluruhan	JB (Bab 9 dan 15) <i>Case 12: CAMELS Rating System in the Context of Islamic Banking</i>
11	Presentasi Akhir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktik Manajemen Risiko Syariah</li> </ul>	Memahami bagaimana keputusan terkait dengan risiko diambil dalam perbankan Islam.	<i>Case 13: Capital Structure and Risk in Islamic Financial Services</i> <i>Case 14: Basel II : Implications for Islamic Banking</i> <i>Case 15: Innovation and Risk Management in Islamic Finance: Shari'ah Considerations</i>
12	Ujian Akhir Semester			



**Dokumen Kurikulum 2013-2018**  
**Program Studi : S2 Magister Administrasi Bisnis**  
**Lampiran I**

**Fakultas : Sekolah Bisnis dan Manajemen**  
**Institut Teknologi Bandung**

	<b>Bidang Akademik dan Kemahasiswaan</b>  <b>Institut Teknologi Bandung</b>	<b>Kode Dokumen</b>		<b>Total Halaman</b>
		<b>Kur2013-S2-MAB</b>		
		<b>Versi</b>		15 Februari 2013

**KURIKULUM ITB 2013-2018 – PROGRAM MAGISTER**  
**Program Studi S2 Magister Administrasi Bisnis**  
**Fakultas Sekolah Bisnis Manajemen**

**Silabus dan Contoh Satuan Acara Pengajaran (SAP)**

<i>Kode Matakuliah:</i>	<i>Bobot sks:</i> 3 SKS	<i>Semester:</i> 1	<i>KK / Unit Penanggung Jawab:</i> People Knowledge Management	<i>Sifat:</i> Pilihan
<i>Nama Matakuliah</i>	Manajemen Pengetahuan			
	Knowledge Management			
<i>Silabus Ringkas</i>	Manajemen pengetahuan adalah aset tak terukur dengan menyediakan proses pembelajaran lingkungan yang akan menggugah disiplin dan langkah untuk meng optimalisasikan kapasitas perubahan organisasi			
	Knowledge is an intangible asset, yet by providing a learning environment that encourages experimentation that is measured with discipline and procedures necessary for optimizing this process it has the capacity to change the competitive position of any organization.			
<i>Silabus Lengkap</i>	Manajemen pengetahuan adalah proses kreasi nilai dari intagibel aset organisasi. KM mengkreasikan, menyebarkan atau mentransformasi dari perorangan menjadi tindakan organisasi yang mengmengembangkan intstitusi yang kompetitif. Km adalah proses mengumpulkan menyebarkan dan menggunakan knowledge asset untuk performansi yang lebih baik. KM adalah factor kunci sukses untuk institusi yang kompetitif			
	Knowledge Management (KM) is the process of creating value from an organization's intangible assets. KM create, deploye or transform knowledge from individual brainware to organizational actions that can improve the competitive position of a company, and give it a marketplace advantage. KM is a process of sourcing, deploying and using knowledge assets for better work performance. KM is a key success factor for corporate competitiveness.			
<i>Luaran (Outcomes)</i>	The objective of the Knowledge Management (KM) course is to provide participants with a broad understanding of the creating and deploying of knowledge in their organizations and how to develop and executing innovation program in company.			
<i>Matakuliah Terkait</i>	Change Management			
	Innovation			
<i>Kegiatan Penunjang</i>	Diskusi, Roleplay			
<i>Pustaka</i>	Jann Hidajat (2006), "Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajaran ", SBM-ITB			
	Collison, Chris and Parcel, Geoff (2006), "Learning to Fly" Capstone Publishing Limited (A Wiley Co.)			
<i>Panduan Penilaian</i>	Individual Task and Test .....(ITT): 20 points Individual Participation and Discussion in class .....(IPD): 20 points Group Cases/Task Analysis, Participation & presentation .(CAP): 30 points			

	Individual Final Test .....(IFT): 30 points
<i>Catatan Tambahan</i>	

<i>Mg#</i>	<i>Topik</i>	<i>Sub Topik</i>	<i>Capaian Belajar Mahasiswa</i>	<i>Sumber Materi</i>
1	<b>KM Principles and Knowledge Development</b>	New Age, Speed of change	Mengenalkan Knowledge Manajemen di Era baru	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
2	<b>Case-1:</b> Group Preparation and presentation of KM in Indonesian Companies MAKE Winner		Mengenal beberapa perusahaan/Institusi di Indonesia yang memenangkan MAKE award	MAKE winner Indonesian Institutional
3	<b>Lecturing: Learning Organization</b>	Culture, Knowledge Worker, Smart Organization.	Mengenalkan bagaimana KM menjadi dasar untuk menjadikan organisasi menjadi organisasi yang smart	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
4	<b>Case-2:</b> Group discussion on Human Resources at the AES Corporation (House of LO Jann Model Mapping in AES Co.)		Bagaimana perusahaan di Luar Negri menciptakan iklim Learning Organisasi di institusinya	Harvard Case
5	<b>Lecturing: KM Planning</b>	Vision Strategy Framework Roadmap	Merencanakan strategy Knowledge Management	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
6	<b>Case-3:</b> Group preparation and presentation on KM Planning in McKinsey & Company case		Bagaimana menerapkan KM yang benar mulai dari awal	Harvard Case
7	<b>Lecturing:</b> Knowledge Development Tools and Techniques	Knowledge Dev. Processes	Memperlihatkan situasi dalam organisasi yang diharapkan dimasa mendatang dengan roadmap yang sudah ditentukan	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
8	<b>Case-4:</b> Group discussion and presentation on KM Program and Road Map various company in the		Melatih dan memahami membuat roadmap dari suatu institusi	

	world preparation.			
9	<u>Role Playing on K-Development:</u> Syndicate Preparation and on SECI and BP K-Development Tools	SECI from Nonaka	Beberapa cara dan alat bantu untuk mengembangkan knowledge di institusi	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
10	<u>Role Playing on K-Development:</u> Syndicate Presentation on SECI and BP, K-Development Tools	SECI from Nonaka	Beberapa cara dan alat bantu untuk mengembangkan knowledge di institusi	Knowledge Management dalam Konteks Organisasi Pembelajar
11	Ujian Akhir Semester			