



# **E-MARKETING**

## **MAN21406**

# BIODATA

Nama : Cahyani Pratisti, S.Pi., MBA (Caca)

MK yang pernah diampu :

Manajemen Pemasaran, Pengantar Bisnis, Pengantar Ilmu Manajemen, Perilaku Konsumen, Manajemen Merek, Pemasaran Jasa, Sistem Informasi Manajemen, Strategi Merek, E-Marketing.

Research interest :

Green Digital Marketing



# **E-MARKETING**

Pada mata kuliah ini Anda akan memahami dan mempraktikkan konsep pemasaran digital sebagai bagian dari seperangkat konsep dan teori yang lebih besar dalam disiplin pemasaran dengan mengoptimalkan teknologi digital interaktif seperti Internet, podcast, dan e-commerce. Mata kuliah ini mencakup pengetahuan dan keterampilan terapan tentang intelegensi pasar, konten pemasaran, media pemasaran untuk bisnis digital, periklanan digital, manajemen reputasi online perusahaan digital dan evaluasi pemasaran digital.

- **Capaian Pembelajaran Lulusan:**

- Menguasai konsep dan teori dasar tentang pengelolaan bisnis dan praktik manajemen pada skala nasional, internasional, dan global (CPLP01)
- Mampu mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan bisnis dengan tepat (CPL11)

- **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah:**

- C2. Mahasiswa mengidentifikasi dan menerapkan pengetahuan pemasaran digital untuk situasi bisnis di lingkungan lokal dan global.
- P3. Mahasiswa mengidentifikasi dan meneliti masalah pemasaran digital dalam situasi bisnis, menganalisis masalah, menarik solusi yang tepat dan dapat dibenarkan, serta mengembangkan dan mengevaluasi rencana pemasaran digital yang efektif.
- A5. Mahasiswa secara efektif mengkomunikasikan pengetahuan pemasaran digital dalam konteks lisan dan tulisan.
- C5. Mahasiswa mampu mengkaji secara kritis keputusan pemasaran digital berdasarkan pertimbangan sosial, lingkungan, dan budaya.
- A2. Mahasiswa dapat berpartisipasi secara kolaboratif dalam kerja tim dan presentasi strategi dan evaluasi pemasaran digital.



# **METODE PEMBELAJARAN**

**CERAMAH  
DISKUSI  
STUDI KASUS  
PROJECT**

- **Aspek Penilaian:**

- Sikap

Cara menyampaikan pendapat dalam diskusi, tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas

- Pengetahuan

Menguasai materi yang ditunjukkan dalam diskusi, tugas, UTS, dan UAS

- Keterampilan

Dapat memahami secara komprehensif tentang e-marketing, sehingga diharapkan dapat diterapkan dalam pendirian sebuah usaha/bisnis

# NILAI

Range	Nilai	Bobot
85-100	A	4
80-84.9	A-	3.75
75-79.9	B+	3.5
65-74.9	B	3
55-64.9	C	2
40-54.9	D	1
< 40	E	0
0	T	0

## KOMPONEN PENILAIAN:

UTS	20%
UAS	20%
TUGAS	20%
ETIKA	20%
PRESENSI	20%

# PERATURAN SELAMA DI DALAM KELAS

1. Keterlambatan maksimal 15 menit baik mahasiswa dan dosen, jika lebih mahasiswa tidak dihitung presensi dan dosen akan memberitahu ketua kelas dan PLPP jika berhalangan hadir
2. Segala bentuk kecurangan berakibat nilai E (mencontek, membohongi, bekerja sama, tidak mencantumkan sumber dimana informasi tersebut diambil. **UTAMAKAN KEJUJURAN DAN SPORTIVITAS**)
3. Berpakaian bebas dan sopan
4. Boleh makan dan minum ringan
5. Wajib membaca sebelum perkuliahan dan membawa buku atau e-book
6. Boleh membuka hp untuk mencari bahan (tidak untuk chatting dll, jika ada keperluan silahkan izin untuk mengangkat telp terlebih dahulu)

# E-MARKETING

<b>Minggu ke-</b>	<b>Topik</b>	<b>Minggu ke-</b>	<b>Topik</b>
1	<b>Konsep Dasar dan Ruang Lingkup E-Marketing Serta Buyer Persona</b>	9	<b>Pemasaran Melalui Google My Business</b>
2	<b>pemasaran Melalui Website dan Landing Page</b>	10	<b>Perencanaan Pemasaran Digital dan Periklanan</b>
3	<b>Optimisasi Search Engine</b>	11	<b>Pemasaran Melalui E-mail</b>
4	<b>Pemasaran Melalui Sosial Media</b>	12	<b>Perencanaan Pemasaran Digital</b>
5	<b>Pemasaran Melalui Konten dan Copy Writing</b>	13	<b>Online Reputation Management</b>
6	<b>Kampanye Iklan dan Pemasaran Melalui Ads</b>	14	<b>Key Metric Pemasaran Digital</b>
7	<b>Pemasaran Melalui WhatsApp Business</b>	15	<b>Video Marketing, Automation, Influencer, dan Podcast</b>
8	<b>UTS</b>	16	<b>UAS</b>

# REFERENSI

## Utama

1. Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2019). Digital Marketing 7th Edition. Pearson.
2. Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.
3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 (Moving from Traditional to Digital). Wiley.

## Pendukung

1. M. Ariza Eka Yusendra, Nurfiana & Cahyani Pratisti. Digital Marketing Untuk UMKM. Edisi ke-1, DJ Press.

The wrong tools in the right hands is far better  
than the opposite, so act accordingly  
by Colin Wright.

**THANK  
YOU**

Cahyani Pratisti

+62812 155 00 959

[cahyanipratisti@darmajaya.ac.id](mailto:cahyanipratisti@darmajaya.ac.id)