

Deskripsi Modul Pemasaran Sosial

Nama Modul	Modul Mata Kuliah
Level Program Studi	Sarjana Kesehatan Masyarakat
Kode Mata Kuliah	306K712
Sub Judul, Jika Ada	-
Nama Mata Kuliah	Pemasaran Sosial
Disajikan pada Semester	V
Penganggung Jawab Mata Kuliah	Prof. Dr.dr. Muhammad Syafar, MS
Tim Pengajar	1. Sudirman Nasir, S.Ked, MWH, PhD 2. Muhammad Rachmat, SKM., M.Kes 3. Nasrah, S.KM., M.Kes
Bahasa	Indonesia
Kaitan dengan Kurikulum	Mata kuliah ini merupakan mata kuliah pilihan peminatan yang ditawarkan pada semester 5
Metode Pembelajaran,	Metode pengajaran yang digunakan dalam mata kuliah ini adalah: 1. Ceramah (diskusi kelompok kecil) 2. Tugas terstruktur (<i>Contextual Instruction</i> , Mid dan Final Test)
Jumlah Jam Pembelajaran	Ukuran kelas untuk kuliah adalah sekitar 9 siswa Jam kontak untuk kuliah adalah 27 jam, penugasan 28 jam untuk tugas terstruktur, dan 28 jam untuk pembelajaran mandiri
Beban Mata Kuliah	Untuk mata kuliah ini, mahasiswa diwajibkan untuk memenuhi minimal 83 jam dalam satu semester, yang terdiri dari: - 27 jam untuk kuliah, - 28 jam untuk tugas terstruktur, - 28 jam untuk belajar mandiri,
Jumlah SKS	2 SKS (Setara dengan 3.6 ECTS)
Persyaratan mengikuti ujian	- Kehadiran kurang dari 80% materi, tidak memenuhi syarat untuk mengikuti ujian akhir

	- Menyelesaikan semua tugas dan materi kuliah, sebelum ujian tengah dan akhir semester
Mata kuliah yang dipersyaratkan sebelum mengikuti mata kuliah ini	Tidak ada
Tujuan/Capaian Pembelajaran	Setelah mengikuti seluruh rangkaian perkuliahan dan mendapatkan materi pemasaran sosial: <i>Pengetahuan (P-1)</i> CPMK-1 → Menguasai konsep-konsep dan prinsip-prinsip pemasaran sosial, riset pasar, analisis konsumen, pengembangan strategi <i>Keterampilan Khusus (KK-3)</i> CPMK-2 → Mampu membuat dan menerapkan desain produk sosial berupa media pesan <i>Keterampilan Umum (KU)</i> CPMK-3 → Mampu mendemonstrasikan rancangan dan kontrol pemasaran sosial
Bahan Kajian	Mahasiswa akan mempelajari tentang: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kompetensi dan metode pembelajaran 2. Konsep dan prinsip dari pemasaran sosial 3. Riset dan analisis pasar dalam pemasaran sosial 4. Penelitian formatif 5. Pengembangan strategi pemasaran sosial 6. Mendesain produk sosial 7. Menentukan pasar dan hasil produk 8. Komunikasi dalam pemasaran sosial 9. Memahami permasalahan perubahan perilaku kelompok sasaran 10. Aplikasi strategi pemasaran dalam pelayanan Kesehatan 11. Proses evaluasi pemasaran sosial 12. Memahami penyakit yang ada pada industri maju
Bobot dan item penilaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penugasan terstruktur (<i>Contextual Instruction</i>, Diskusi Kelompok kecil): 60% 2. Penilaian hasil Mid dan Final Test: 35% 3. Kehadiran dan partisipasi dalam kelas: 5%
Persyaratan mengikuti kuliah, ujian dan bentuk ujian	Persyaratan mengikuti kuliah dan ujian: <ul style="list-style-type: none"> - Berpakaian rapi dan formal - Hadir 15 menit sebelum kelas dimulai

	<ul style="list-style-type: none"> - Mematikan semua perangkat elektronik - Menginformasikan kepada dosen apabila tidak mengikuti perkuliahan karena sakit, dan alasan lainnya - Menyerahkan semua penugasan sebelum batas waktu - Mengikuti ujian untuk mendapatkan nilai akhir <p>Bentuk dan soal ujian: Ujian tertulis: soal esai atau pilihan ganda untuk mengukur capaian pembelajaran mata kuliah</p>
Media pembelajaran yang digunakan	<p>Kuliah dan presentasi: slide, video, papan tulis/link zoom <i>Contextual Instruction</i> dan Diskusi Kelompok kecil: rubrik penilaian</p>
Referensi dan daftar bacaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fredericksen,L.W.Solomon at all, 1984 Marketing Health Behavior Principles, Technique and Application New York, Plenium Press 2. Husein Umar, 1987, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta Business Research Center, PT. Gramedia Pustaka Utama 3. Muhammad Syafar, Sani Silwana,, 2010. Pemasaran Sosial, Buku Ajar, Jurusan PKIP FKM Unhas, Makassar 4. R.Crig Lefebrev, 2005, Social Marketing and Social Change, Jossey Bass A Wiley Imprintsia, 5. S.Supriyanto, Ernawaty, 2010, Pemasaran Industri Jasa Kesehatan, Penerbit Andy Yogyakarta

Penilaian Hasil Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Capaian Pembelajaran yang dibebankan Prodi	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Jenis Penilaian	Rubrik Penilaian
<p>Pengetahuan (P1) Mampu menilai konsep-konsep dan prinsip-prinsip pemasaran sosial dalam peningkatan pengetahuan melalui proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk menyampaikan idea atau gagasan untuk merubah perilaku kesehatan</p>	<p>CPMK-1 Menguasai konsep-konsep dan prinsip-prinsip pemasaran sosial, riset pasar, analisis konsumen, pengembangan strategi</p>	<p>Penugasan tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Contextual Instruction</i> - Diskusi kelompok kecil <p>Ujian tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mid test 	<ul style="list-style-type: none"> - Rubrik partisipasi kelas - Rubrik penilaian tatap muka - Rubrik tugas <ul style="list-style-type: none"> - Rubrik penilaian mid test
<p>Keterampilan Khusus (KK-3) Mampu menunjukkan komunikasi efektif dalam pelayanan dan diseminasi informasi kesehatan masyarakat</p>	<p>CPMK-2 Mampu membuat dan menerapkan desain produk sosial berupa media pesan</p>	<p>Penugasan tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Contextual Instruction</i> - Diskusi kelompok kecil - <i>Problem Based Learning and Inquiry</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Rubrik partisipasi kelas - Rubrik penilaian tatap muka - Rubrik penilaian tugas - Rubrik penilaian <i>Problem Based Learning and Inquiry</i>
<p>Keterampilan Umum (KU) Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan kesehatan masyarakat</p>	<p>CPMK-3 Mampu mendemonstrasikan rancangan dan kontrol pemasaran sosial</p>	<p>Penugasan tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Contextual Instruction</i> - Diskusi kelompok kecil - <i>Problem Based Learning and Inquiry</i> <p>Ujian tertulis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Final test 	<ul style="list-style-type: none"> - Rubrik partisipasi kelas - Rubrik penilaian tatap muka - Rubrik penilaian tugas - Rubrik penilaian <i>Problem Based Learning and Inquiry</i> <ul style="list-style-type: none"> - Rubrik penilaian final test

Contoh Soal Ujian Tertulis

Contoh soal dalam bentuk esai untuk mengukur **CPMK-1** pada mata kuliah pemasaran sosial, sebagai berikut:

Jawablah dengan tepat sesuai pertanyaan:

1. Apa perbedaan pemasaran social dengan pemasaran profit (Ekonomis)
2. Jelaskan strategi pemasaran social dengan 4 pendekatan
3. Sebutkan unsur-unsur proses pemasaran sosial
4. Jelaskan dasar-dasar segmentasi pemasaran
5. Apa yang dimaksud:
 - a. AIETA (Teori Asopter)
 - b. Positioning pemasaran
 - c. CIPP (Evaluasi Pemasaran)

“Selamat bekerja sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman”