



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S2 Bisnis Digital

Kode
Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan
Advanced Digital Business	6112303001	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=3	P=0	ECTS=6.72	1	31 Januari 2026
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi	
	Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati Wardoyo, M.Si.		Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati Wardoyo, M.Si.			NADIA ASANDIMITRA HARYONO	

Model Pembelajaran	Case Study																																																																																																																			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																																			
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan																																																																																																																		
	CPL-5	Mengembangkan teori bisnis digital, fungsi manajemen, serta dasar-dasar ilmu sosial dan etika bisnis dalam lingkungan digital.																																																																																																																		
	CPL-6	Menguasai sistem teknologi informasi dan strategi TI dalam implementasi manajemen, pemasaran, keuangan, dan SDM.																																																																																																																		
	CPL-7	Menguasai strategi tata kelola TI, teknologi keuangan, inovasi, serta transformasi bisnis digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif																																																																																																																		
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																																			
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep lanjutan digital business, termasuk model bisnis platform, ekosistem digital, dan strategi digitalisasi																																																																																																																		
	CPMK - 2	Mahasiswa mampu menganalisis proses transformasi digital dan peran disruptive technology dalam menciptakan keunggulan bersaing																																																																																																																		
	CPMK - 3	Mahasiswa mampu mengintegrasikan teknologi digital dan big data analytics dalam pengambilan keputusan bisnis																																																																																																																		
	CPMK - 4	Mahasiswa mampu merancang inovasi digital dan strategi start-up berbasis prinsip etika dan regulasi bisnis digital.																																																																																																																		
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																																			
		<table><tr><td>CPMK</td><td colspan="2">CPL-2</td><td colspan="2">CPL-5</td><td colspan="2">CPL-6</td><td colspan="2">CPL-7</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td></td><td></td><td colspan="2">✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">✓</td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">✓</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td colspan="2">✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>															CPMK	CPL-2		CPL-5		CPL-6		CPL-7		CPMK-1			✓						CPMK-2							✓		CPMK-3						✓			CPMK-4	✓																																																														
CPMK	CPL-2		CPL-5		CPL-6		CPL-7																																																																																																													
CPMK-1			✓																																																																																																																	
CPMK-2							✓																																																																																																													
CPMK-3						✓																																																																																																														
CPMK-4	✓																																																																																																																			
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																																				
	<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>															CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓	✓															CPMK-2			✓	✓	✓	✓											CPMK-3							✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				CPMK-4														✓	✓	✓
CPMK	Minggu Ke																																																																																																																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																																				
CPMK-1	✓	✓																																																																																																																		
CPMK-2			✓	✓	✓	✓																																																																																																														
CPMK-3							✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																																																							
CPMK-4														✓	✓	✓																																																																																																				

Deskripsi Singkat MK		Mata kuliah ini membahas konsep lanjutan bisnis digital, transformasi digital, pemanfaatan teknologi informasi, dan inovasi berbasis data dalam pengelolaan organisasi modern. Mahasiswa dibekali kemampuan analitis dan strategis untuk merancang model bisnis digital, mengintegrasikan big data dalam pengambilan keputusan, serta mengembangkan inovasi dan start-up yang beretika dan berkelanjutan.					
Pustaka		Utama :					
		1. Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management. 2. Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.					
		Pendukung :					
		1. Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society. 2. Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.					
Dosen Pengampu		Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati Wardoyo, M.Si. Dr. Dhiyan Septa Wihara, S.P., M.M. Dr Muhammad Fachmi, S.E., M.M.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan area bisnis digital lebih lanjut.	Tren terkini dan evolusi bisnis digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microso ft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Management Pustaka: Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management. Materi: Digital Business and ECommerce Management Pustaka: Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.	3%

2	Mahasiswa dapat menyusun perencanaan dan pengembangan strategi digitalisasi	Pengembangan strategi digital yang cocok untuk saat ini	Kriteria: Rubrik holistik bentuk non-test Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microso ft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i>	3%
3	Mahasiswa dapat memahami Model bisnis berbasis platform dan ekosistem digital	Model bisnis berbasis platform dan ekosistem digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microso ft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	3%

4	Mahasiswa dapat memahami dan menyusun Proses transformasi digital dalam perusahaan	Proses transformasi digital dalam perusahaan	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	3%
---	--	--	---	-------------------------------	---	---	----

5	Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan Teknologi Disruptif Dalam Bisnis Digital	Penggunaan AI,blockchain, IoT dalam bisnis digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktivitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	3%
---	--	--	--	-------------------------------	---	---	----

6	Mahasiswa dapat memahami dan menginterpretasikan pemasaran digital lanjut untuk mendukung bisnis digital.	Strategi pemasaran digital berbasis data	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	3%
---	---	--	---	-------------------------------	---	---	----

7	Mahasiswa dapat memanfaatkan big data dan analitik bisnis untuk membantu dalam pengambilan keputusan	Pemanfaatan big data dan analitik bisnis	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	3%
---	--	--	---	-------------------------------	---	---	----

8	Mahasiswa mampu mengerjakan soal Ujian Tengah Semester	Evaluasi pemahaman mahasiswa terhadap teori dan pengetahuan terkait bisnis digital lanjutan	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	10%
---	--	---	---	-------------------------------	---	---	-----

9	Mahasiswa dapat memahami tentang manajemen resiko keamanan dan Privasi Digital	Manajemen resiko keamanan siber	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	5%
---	--	---------------------------------	---	-------------------------------	---	---	----

10	Mahasiswa dapat menyusun dan manage Customer Experience di Era Digital dengan berbasis teknologi yang tepat	Peningkatan pengalaman pelanggan dengan teknologi	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	5%
----	---	---	---	-------------------------------	---	---	----

11	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan tentang Regulasi dan Etika Bisnis Digital	Hukum dan kebijakan bisnis digital berbasis etika	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	5%
----	--	---	---	-------------------------------	---	---	----

12	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan tentang Regulasi dan Etika Bisnis Digital	Hukum dan kebijakan bisnis digital berbasis etika	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	5%
----	--	---	---	-------------------------------	---	---	----

13	Mahasiswa dapat menerapkan Inovasi dan Strategi untuk membangun Start-up Digita	Pengembangan Project Akhir untuk membangun start up bisnis digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktivitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	10%
----	---	--	--	-------------------------------	---	---	-----

14	Mahasiswa dapat menerapkan Inovasi dan Strategi untuk membangun Start-up Digital	Pengembangan Project Akhir untuk membangun start up bisnis digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktivitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	15%
----	--	--	--	-------------------------------	---	---	-----

15	Mahasiswa dapat menerapkan Inovasi dan Strategi untuk membangun Start-up Digital	Pengembangan Project Akhir untuk membangun start up bisnis digital	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Aktivitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi dan Ceramah 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	10%
----	--	--	--	-------------------------------	---	---	-----

16	Mahasiswa dapat Mengerjakan laporan project bisnis	Menerapkan pelaporan dan evaluasi pelaksanaan project bisnis digital lanjut	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk non-tes Bentuk Penilaian : Penilaian Praktikum	Praktikum 3 X 50	Diskusi, Ceramah (Video conference, Youtube videos, Google Classroom/Microsoft Teams) 3 X 50	Materi: Advanced Digital Business Pustaka: <i>Chaffey, D. (2022). Digital Business and ECommerce Management.</i> Materi: Digital Business and ECommerce Management. Pustaka: <i>Chuck Hemann & Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</i> Materi: Marketing Pustaka: <i>Laudon, K., & Traver, C. (2022). E-commerce: Business, Technology, Society.</i>	14%
----	--	---	--	---------------------	---	---	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	57%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	24%
3.	Penilaian Praktikum	14%
4.	Tes	5%
		100%

Catatan

- 1. Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang studinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- 2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
- 3. CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- 4. Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- 5. Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
- 6. Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- 7. Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- 8. Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
- 9. Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.

10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.