PANDUAN PROGRAM PENGAJARAN

Program Pascasarjana Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR - Jakarta

Revisi: 04

Mata Kuliah	:	**Prinsip Manajemen Komunikasi**		Pengajar	:	
Kode Mata Pelajaran / Kredit	:	3 SKS		Tanggal berlaku / Semester	: Semester ganjil 2021	23 Des 2021

Deskripsi Mata Kuliah/ Ikhtisar	Mata kuliah ini memberikan gambaran lanjutan dari konsep komunikasi perusahaan dan manajerial, baik dari sudut perusahaan dan bisnis. Memungkinkan siswa untuk mempersiapkan keterampilan dan pengetahuan yang penting untuk karir dan masa depan mereka sebagai manajer bisnis dan bekerja dengan pemangku kepentingan perusahaan. Mahasiswa akan ditantang dengan studi kasus yang nyata untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang isu-isu dalam praktik komunikasi korporat dan manajerial serta perspektif etis.
Spesifikasi Hasil Pembelajaran	**Pengetahuan:** Mahasiswa mampu memahami konsep atau teori komunikasi korporat dan manajerial yang diterapkan terutama dalam hubungan dengan pihak eksternal. **Keterampilan:** Mahasiswa mampu menerapkan komunikasi korporat dan manajerial dalam praktik bisnis. **Sikap:** Mahasiswa akan dapat memilih cara yang paling tepat (termasuk perspektif etika) saat menangani komunikasi atas nama perusahaan.
Kriteria Penilaian & Evaluasi	Kehadiran 10% Tugas kuliah 40% Ujian Tengah Semester 20%

	Ujian Akhir 30% A (Luar Biasa): 90-100; A- (Berbeda Tinggi) : 85-89,99; B+ (Cukup) : 80-84,99; B (Cukup): 75-79,99; B - (Lulus) : 70-74,9; **Di bawah 70 GAGAL**. Kecuali mata kuliah Ilmu Komunikasi/ACT, Riset Komunikasi/Metodologi Riset Komunikasi, dan Seminar & Publikasi/SAC **memiliki nilai minimal 75**. Nilai akhir Nilai akan diberikan sesuai dengan kriteria berikut: **A : Sangat Istimewa; Penguasaan mata pelajaran secara penuh.** **A- : Istimewa** **B+ : Baik sekali, Pemahaman yang baik tentang materi kursus; perintah yang baik dari keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja dengan materi kursus, dan siswa memiliki keterlibatan dengan persyaratan dan kegiatan kursus.** **B : Baik, tugas mahasiswa menunjukkan pemahaman yang memadai dan memuaskan dari materi pelajaran dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja dengan materi pelajaran dan menunjukkan siswa telah memenuhi persyaratan dasar untuk menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan dan berpartisipasi dalam kegiatan kelas.** **B- : Cukup baik, Pekerjaan siswa menunjukkan beberapa perintah minimal dari materi pelajaran dan beberapa partisipasi minimal dalam kegiatan kelas.** **E/GAGAL:** Tidak memuaskan dan tidak layak mengambil tingkat selanjutnya.
Kebijakan Kelas	Semua modul akan dikomunikasikan kepada siswa sebelum jadwal kelas yang relevan, biasanya satu minggu melalui Edlink, email atau melalui grup WA. Mahasiswa diharapkan untuk membaca modul dan mempelajari modul sebelumnya karena dosen akan mengecek pemahaman mahasiswa terhadap modul sebelumnya sebelum melanjutkan ke modul yang baru.
Deskripsi Metode Pengajaran.	Dosen akan menyiapkan modul atau minimal *slide* presentasi berupa presentasi multimedia sebagai referensi mata kuliah. Modul harus diberikan terlebih dahulu untuk dipelajari sebelum sesi dimulai
Kejujuran Akademik: Kebijakan Anti Plagiarisme	Kami berharap untuk melihat integritas akademik siswa dan sikap yang serasi. Semua tugas harus memiliki pernyataan yang ditandatangani pada halaman 2 (setelah sampul) bahwa materi yang diserahkan adalah karya siswa sendiri dan

	bahwa semua kutipan yang diambil dari sumber lain diakui dengan benar (Contoh telah diberikan pada pengantar Studi Pascasarjana) .
Penulisan Daftar Pustaka	Program Pascasarjana menerapkan APA (American Psychological Association) sebagai sistem referensi untuk semua dokumen (penelitian, tugas, ujian makalah) di setiap mata kuliah (versi terbaru adalah Edisi ke-7, 2019, namun ke-6 edisi 2010 masih berlaku).
Tugas	Setiap mata kuliah harus memiliki 3 macam tugas yakni diskusi tiap minggu (*weekly discussion*), kuis, dan tugas individu/kelompok untuk mencapai hasil belajar mahasiswa. Berbagai jenis metode pembelajaran jarak jauh seperti tugas diskusi mingguan dan kuis dilakukan via Edlink, sementara tugas kelompok dan individu dalam bentuk paper.
Dosen dapat menambahkan hal lain, jika diperlukan – dengan persetujuan Direktur/Direktur Program	

Pertemuan	**Tujuan spesifik**	**Subjek**	**Strategi Pengajaran**		**Penilaian**		**Pencapaian**	**Referensi**
			Metode	Durasi	Tugas & Mekanisme	Pembobotan	Indikator	
1	2	3	4	5		6	7	8

1	Siswa dapat mengenali dan memahami tujuan dari mata kuliah tersebut. Dengan memiliki gambaran dan kemampuan untuk menjelaskan pentingnya komunikasi yang efektif baik untuk masalah perusahaan maupun bisnis. Juga untuk dapat berkomunikasi secara profesional dengan pihak eksternal..	●Pengenalan Rencana Semester ●Prinsip Komunikasi Perusahaan ●pengembangan Etika dalam Praktik Bisnis.	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'				Referensi pertama : Bab 1
2	Mahasiswa dapat memahami ruang lingkup dan prinsip-prinsip Komunikasi Perusahaan.	●Pengantar & Prinsip Komunikasi Perusahaan ●Komunikasi Perusahaan Vs PR ●Gambar dan Pemosisian Komunikasi Perusahaan Prinsip Komunikasi Penting	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'				Referensi pertama; Bab 1

3	Siswa memahami bagaimana mempersiapkan rencana untuk Komunikasi Perusahaan.	Perencanaan untuk Komunikasi Perusahaan	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'	#1stCW: Individu/bekerja dalam kelompok untuk memilih 1 (satu) langkah perencanaan untuk komunikasi korporat (1 dari 11 item)	10%	Buat laporan dan analisis dengan pendekatan yang komprehensif	Referensi pertama; Bab 2
4	Mahasiswa memahami pentingnya media komunikasi.	●Jelaskan pentingnya membangun jaringan media yang terpercaya ●Kontak media ●Perhatian media : bekerja dengan media, *pitching, tracking* ●Siaran pers ●Konferensi pers (jargon, tidak ada jawaban, pertanyaan bermusuhan, dll.) ●Wawancara, pidato, dll. *Media offline* dan *online (twitter, youtube* dll)	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'				Referensi pertama: bagian 3
5	Siswa memahami bagaimana memiliki komunikasi investor yang efektif dan lobi untuk urusan Pemerintah.	Investor dan Komunikasi Politik	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi pertama; Bab 5 & 6

6	Siswa memahami bidang tertentu dari komunikasi perusahaan	1. Bidang komunikasi korporat lainnya seperti: 2. 1. Identitas Perusahaan 3. 2. Budaya Perusahaan 4. 3.Misi Perusahaan 5. 4. Komunikasi Perusahaan Multikultural 6. Pameran Dagang, Acara, Personal Branding Dll.	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’	#2ndCW: Individu/bekerja dalam kelompok untuk memilih 1 area spesifik untuk komunikasi korporat	10%	Buat laporan dan analisis dengan pendekatan yang komprehensif	Referensi pertama; Bab 8
7	Mahasiswa memahami implementasi komunikasi untuk organisasi nirlaba	Komunikasi untuk organisasi nirlaba : Penggalangan Dana, Pendukung & Donor. Komunitas, Alat Penggalangan Dana *Online*, Amal Dan Pengakuan.	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi pertama; Bab 9
8	**UJIAN TENGAH**					**20%**		

9	Mahasiswa memahami bagaimana mengelola dalam organisasi kontemporer	● Prinsip-prinsip Komunikasi Manajerial (sejarah pemikiran, dan perkembangan abad 21 dengan teknologi)	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'				Referensi ke-2; Bagian 1 Bab 1, hal.33-79
10	Mahasiswa memahami dan mengidentifikasi proses komunikasi manajerial pada bentuk organisasi tertentu	●Tingkat proses komunikasi Manajerial. ●Pendekatan strategis : iklim komunikasi, konteks budaya, dll. ●Ukuran dan umpan balik keefektifan Kesalahan kritis dalam komunikasi	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150'	#3rdCW: Individu/bekerja dalam kelompok : jawab pertanyaan pada Studi Kasus 2.1-2.4 pada bab ini	10%	Buatlah laporan dan jawablah dengan pendekatan yang komprehensif.	Referensi ke-2; Bagian 1 Bab 2, hlm. 80-123
11	Mahasiswa memahami dan mempraktikkan teknologi komunikasi	●Kerangka kerja untuk menggunakan komunikasi yang dimediasi secara teknologi ●teknologi yang cocok dan pesannya ●Berkomunikasi dengan teknologi di tempat kerja ●pertimbangan untuk penggunaan teknologi sebagai tantangan manajemen	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi ke-2; Bagian 1 Bab 3, hlm. 124-185

12	Mahasiswa memahami dan mempraktikkan komunikasi lintas budaya	●Latar belakang ●Mitos budaya dan antarbudaya ● Dimensi Perbedaan Budaya Hofstede Sensitivitas non verbal	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi ke-2; Bagian 4 Bab 12; hal.636-689
13	Mahasiswa memahami bagaimana mengelola konflik dalam konteks bisnis	●Komunikasi & konflik ●sumber konflik ●resolusi konflik ●Strategi *win-win* Konflik dan keberhasilan manajemen	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’	#4thCW: Individu/bekerja dalam kelompok untuk menjawab studi kasus pada 13-1-13.3 atau Bagian Latihan	10%	Buat laporan dan jawab dengan pendekatan yang komprehensif	referensi ke-2; Bagian 5 Bab 13; hal.691-732
14	Siswa memahami cara bernegosiasi untuk tujuan bisnis	● Jaringan dan konflik dalam proses negosiasi ● Model strategis untuk negosiasi	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi ke-2: Bagian 5 Bab 14; hal.733-783
15	Mahasiswa memahami dan memiliki perspektif etika komunikasi	Perspektif Etika tentang : ●Tingkat Individu ●Interpersonal ●Kelompok Kecil ●Organisasi Kode Profesional	Presentasi, kuis, video dan audio, tugas diskusi mingguan, tanya jawab.	150’				Referensi ke-3; Bab 5 hal.56-63

16	**UJIAN AKHIR**					**30%**		

Referensi :

1. Beger,R. (2018). *Present – Day Corporate Communication: A Practice-Oriented, State-of-the-Art Guide.* Singapore : Springer Nature Pte Ltd.
2. Hynes, G.E., Veltsos, J,R. (2019). *Managerial Communication : Strategies and Application*. Thousand Oaks, California : SAGE Publications Inc.
3. Gillis, T.L. (2006). *The IABC Handbook of organization communication*. San Francisco : John Wiley & Sons, Inc.

Disiapkan oleh :	Diperiksa oleh :	Disahkan oleh :
Pengajar	Mayang Lalita Ratri, M.Si Manajer Akademik	Dr. Andika Witono, MM Asisten Direktur
Tanggal | Agustus | 2021	Tanggal | Agustus | 2021	Tanggal | Agustus | 2021