



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA



PRODI S1 BISNIS DIGITAL

MODULE DESCRIPTION

DESKRIPSI MATA KULIAH

Table of Contents

<i>Design Thinking dan Inovasi</i>	3
<i>E-Government</i>	3
<i>Enterprise Resource Planning</i>	4
<i>Kepemimpinan Stratejik</i>	4
<i>Manajemen Proyek Teknologi Informasi</i>	5
<i>Manajemen Resiko</i>	6
<i>Agile Business</i>	7
<i>Analisis dan Desain Sistem Bisnis Digital</i>	8
<i>Cross-Cultural Management</i>	8
<i>E-Commerce</i>	9
<i>Etika Bisnis Digital I</i>	10
<i>Financial technology (Fintech)</i>	10
<i>Kuliah Kerja Nyata (KKN)</i>	11
<i>Pancasila</i>	11
<i>Pengantar Akuntansi</i>	12
<i>Pengantar Manajemen</i>	13
<i>Praktik Kerja Lapangan</i>	14
<i>Sistem Basis Data</i>	14
<i>Sistem Informasi Akuntansi</i>	15
<i>Bahasa Inggris</i>	15
<i>Pemasaran Digital</i>	16
<i>Pemrograman Web</i>	17
<i>Pengantar Bisnis Digital</i>	18
<i>Sistem Informasi Manajemen</i>	19
<i>Skripsi</i>	20
<i>Statistik Bisnis</i>	20
<i>Pengantar Teori Ekonomi</i>	21
<i>Manajemen SDM dan Organisasi</i>	22
<i>Manajemen Operasi</i>	22
<i>Manajemen Keuangan</i>	23
<i>Etika Bisnis Digital 1</i>	24
<i>Kewirausahaan Digital</i>	25
<i>Internet of Things</i>	26
<i>Pemrograman Aplikasi Mobile</i>	26

<i>Customer Relationship Management</i>	27
<i>Agile Business</i>	28
<i>Mentoring Bisnis Digital</i>	29
<i>Big Data & Business Analytics</i>	30
<i>UI/UX Design</i>	31
<i>Data Security Management</i>	32
<i>Artificial Intelligence</i>	32
<i>Simulasi Bisnis Digital</i>	33
<i>Digital Crowdfunding</i>	34
<i>Cloud Computing</i>	35
<i>Etika Blsnis Digital 2</i>	36
<i>Seminar Bisnis Digital</i>	37
<i>Riset Pemasaran</i>	37
<i>Algoritma Pemrograman</i>	39
<i>Dasar Teknologi Informasi</i>	39
<i>Project Negotiation</i>	40

Nama Mata Kuliah : Design Thinking dan Inovasi
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami nilai inovasi untuk organisasi, perekonomian dan masyarakat.
2. Mahasiswa mampu menerapkan inovasi dan proses inovasi di dalam organisasi.
3. Mahasiswa mampu memahami hubungan antara inovasi, design thinking dan kewirausahaan.
4. Mahasiswa mampu mengorganisasikan tahapan proses design thinking ke dalam proyek inovasi.
5. Mahasiswa mampu menghasilkan keputusan strategis di bidang desain dan inovasi berdasarkan analisis informasi dan data, dan memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi serta bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini memperkenalkan pemikiran desain dan penerapannya untuk mengembangkan produk, layanan, dan organisasi bisnis baru. Design Thinking adalah pendekatan interdisipliner yang berpusat pada manusia terhadap inovasi. Mahasiswa akan mempelajari prinsip-prinsip desain, metodologi dan kerangka kerja, dan menerapkannya melalui latihan dan proyek. Mata kuliah ini dibagi menjadi empat aspek utama, semuanya saling berhubungan tetapi juga kami tekankan secara terpisah: (1) metodologi desain (misalnya proses desain, penelitian etnografi, brainstorming, pemikiran integratif, peran desain, komposisi tim), (2) "hal" yang akan dirancang (misalnya, produk, layanan, atau bisnis itu sendiri) , misalnya model bisnis), (3) sikap dan perilaku manusia (terhadap desain), dan (4) konteks desain.

Referensi

1. Christian Mueller-Roterberg. 2018. Handbook of Design Thinking. Innovation Ratgeber.
2. Gavin Ambrose & Paul Harris. 2010. Basic Design Thinking. AVA Publishing (UK) Ltd.
3. Brown, Tim, and Barry Katz. 2009. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. Harper Business.

Nama Mata kuliah : E-Government
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami fenomena/permasalahan aktual dan relevan dengan electronic government
2. Mahasiswa mampu menjelaskan dan menghubungkan fenomena/permasalahan tersebut dengan teori administrasi publik

3. Mahasiswa mampu memahami pengukuran kinerja dalam penerapan electronic government.
4. Mahasiswa mampu memahami pengembangan indikator sumber daya manusia dalam penerapan electronic government

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah ini membahas konsep dan pemanfaatan, serta perkembangan e-government di Indonesia.

Referensi

1. Contuci, P and Omicini, A and Pianini, D and Sirbu, A. 2019. *The Future of Digital Democracy*. Berlin: Springer
2. Richardus, E and Dudy, R. 2005. *e-Government In Action*. Jakarta: Penerbit Andi

Nama Mata Kuliah : Enterprise Resource Planning
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa memahami konsep sistem perencanaan sumber daya perusahaan.
2. Mahasiswa mampu memahami keterhubungan antar sistem fungsional bisnis dengan sistem ERP.
3. Mahasiswa mampu menggunakan modul-modul dalam sistem ERP.
4. Mahasiswa mampu merancang sistem ERP sesuai dengan model bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah ini membahas dan mempelajari mengenai konsep dasar, fungsi, teknologi, penerapan, dan siklus hidup Enterprise Resource Planning pada organisasi. Mahasiswa juga mempelajari mengenai proses bisnis dalam organisasi, modul-modul dan penggunaan yang terdapat dalam sistem ERP.

Referensi

1. Bradford, M. (2014). *Modern ERP: Select, Impelement, & Use Today's Advanced Business Systems 3rd Edition*.
2. ER, M. (2018). *Business Process Management Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
3. Motiwala, L. F., & Thompson, J. (2012). *Enterprise Systems For Management* (Second Edition). Pearson Education, Inc.

Nama Mata Kuliah : Kepemimpinan Stratejik

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan teori kepemimpinan strategik dengan tepat.
2. Mahasiswa mampu membuat keputusan strategis berdasarkan analisis informasi dalam organisasi dengan tepat.

3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter Iman, cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh di dalam kegiatan pembelajaran kepemimpinan strategik.
4. Mahasiswa mampu menelaah secara strategis dalam berbagai situasi kompetitif.
5. Mahasiswa mampu menelaah tantangan-tantangan kompetitif baik domestik maupun global dengan jelas.

Deskripsi Mata Kuliah

Melalui Mata kuliah ini, mahasiswa akan mengembangkan pemahaman wawasan, ruang lingkup berbagai konsep kepemimpinan strategis. Konsep strategi kepemimpinan diperlukan karena studi dalam studi strategi manajemen pengetahuan juga menganalisis pengetahuan tentang praktikal.

Referensi

1. Wardoyo, Dewie Tri Wijayati. 2020. Kepemimpinan Strategik Teori dan Aplikasi pada Organisasi. Surabaya: Eramedia Publisher.
2. Manajemen kepemimpinan , irham fahmi , alfa beta , bandung , 2013.
3. Pearce & robinson , strategic management , formulation , implementation and control. Mc Graw Hill, 2000.
4. Michael J Stahl & David W Grigsby , Strategic manajemen for decision making, PWS-Kent publishing Co. 1992.
5. Annie McKee. 2012. Management A Focus on Leaders. Pearson Education: Pretince Hall
6. Hynes G.E. 2016. Managerial Communication: Strategies And Applicants. United States of America: SAGE.

Nama mata kuliah : Manajemen Proyek Teknologi Informasi

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep dan kerangka kerja manajemen proyek Sistem informasi.
2. Mahasiswa mampu menginisialisasi, merencanakan, mengeksekusi, mengendalikan dan menutup proyek.
3. Mahasiswa terampil menggunakan perangkat lunak manajemen proyek.
4. Mahasiswa mampu bekerja dalam tim.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah bertujuan untuk membentuk dan menumbuhkan pengetahuan mengenai fungsi manajemen proyek sistem informasi, dari sudut pandang penggunaan mulai dari persiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pengakhiran suatu proyek. Diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan dan mengembangkan teknik-teknik manajemen proyek sistem informasi sehingga pemahaman yang dimiliki dapat menjadi landasan dalam perancangan dan pengembangan sistem informasi.

Referensi

1. Schwalbe, K. 2012. Information Technology Project Management 7 Edition, Course Technology.
2. Project Management Institute. Project Management Body of Knowledge. Newtown Square, Pennsylvania USA. 2000.
3. Heryanto, I Triwibowo T. 2016. Manajemen Proyek Berbasis Teknologi Informasi. Informatika.

Nama Mata Kuliah : Manajemen Risiko

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menguraikan penerapan manajemen risiko di organisasi dengan baik.
2. Mahasiswa mampu membuat risk register dengan benar.
3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh di dalam kegiatan pembelajaran manajemen risiko.

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah ini memberi gambaran tentang risiko sebagai bagian dari kehidupan baik dalam bermasyarakat maupun di perusahaan yang dapat dikelola. Manajemen risiko meliputi identifikasi atas risiko yang ada, mengukur beratnya risiko, penanganan risiko dengan pendekatan/strategi tertentu, dan penyusunan *risk register* dengan benar. Metode pembelajaran yang digunakan meliputi presentasi, diskusi, dan pemberian tugas dengan model pembelajaran menggunakan *contextual teaching learning (CTL)* dilanjutkan refleksi.

Referensi

1. Crovini, Chiara, 2019. Risk Management in Small and Medium Enterprises, 1st edition. Italy: Routledge-Giappichelli Studies in Business and Management
2. Hanafi, Mamduh M. 2014, Manajemen Risiko, Edisi Kedua, UPP STIM YKPN
3. Rustam, Bambang Rianto. 2017. Manajemen Risiko (Prinsip, Penerapan dan Penelitian). Salemba Empat.

Nama Mata Kuliah : Agile Business

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami proyek dengan kinerja dan kualitas tertinggi sebagai manajer proyek yang tangkas.
2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan fondasi yang kuat dalam memimpin dan memotivasi tim proyek yang gesit, mulai dari mengembangkan cerita pengguna dan bagan yang gesit hingga mendorong pertemuan yang produktif.
3. Mahasiswa mampu memahami keterampilan, teknik, dan pola pikir yang diperlukan untuk mengelola proyek dengan menggunakan pendekatan tangkas.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini adalah bagian dari kurikulum keseluruhan yang dirancang bagi para pebisnis untuk berpartisipasi secara efektif dan memimpin dalam lingkungan Agile. Agile secara signifikan mengubah peran pelaku bisnis dalam memimpin dan mengelola proyek dan membutuhkan peran kepemimpinan bisnis yang jauh lebih aktif untuk memandu arah proyek yang sedang berjalan.

Referensi

1. Hayward, S. (2021). *The Agile Leader: How to Create an Agile Business in the Digital Age*. Kogan Page Publishers.
2. Perkin, N., & Abraham, P. (2021). *Building the agile business through digital transformation*. Kogan Page Publishers.

Nama Mata Kuliah : Business Intelligence

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep dan framework Business Intelligence
2. Mahasiswa mampu menjelaskan business Intelligence dan pemanfaatan informasi sebagai asset dalam menunjang proses pengambilan keputusan.
3. Mahasiswa mampu menjelaskan sistem informasi untuk keunggulan kompetitif.
4. Mahasiswa mampu mendeskripsikan SCM dan ERP serta paham relasi antara ERP dan SCM.
5. Mahasiswa mampu menerapkan tahapan analisis terhadap proses bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mengeksplorasi bagaimana sistem informasi bisnis dan intelijen bisnis digunakan untuk menyediakan profesional bisnis dengan kemampuan untuk melakukan analisis operasi bisnis dan kinerja untuk pengambilan keputusan yang ditingkatkan. Mata kuliah ini akan diperkenalkan dengan konsep, proses, dan teknologi terkini dalam intelijenbisnis dan analitik bisnis, dan akan diperlengkapi untuk menggunakan analitik yang dipilih, untuk menginterpretasikan solusi untuk masalah terkait bisnis, dan untuk memberikan saran bisnis yang relevan.

Referensi

1. Sharda, R., Delen, D., Turban, E. 2017, *Business Intelligence: A managerial approach*, 4th. ed, Pearson
2. Grossmann, W., & Rinderle-Ma, S. (2015). *Fundamentals of business intelligence*.
3. Loshin, D. (2012). *Business intelligence: the savvy manager's guide*. Newnes.

Nama Mata Kuliah : Analisis dan Desain Sistem Bisnis Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami pendekatan untuk menganalisis persyaratan sistem bisnis digital
2. Mahasiswa mampu memahami pendekatan untuk menganalisis persyaratan sistem bisnis digital
3. Mahasiswa mampu memahami faktor penentu keberhasilan untuk analisis dan desain sistem bisnis digital
4. Mahasiswa mampu memahami keseimbangan antara persyaratan untuk sistem yang dapat digunakan dan aman serta biaya perancangan bisnis digital.

Deskripsi Mata Kuliah:

Mata kuliah ini mengajarkan tentang jenis-jenis analisis dan teknik desain untuk bisnis digital, khususnya manajemen pengalaman pelanggan melalui desain antarmuka pengguna untuk platform desktop dan seluler

Referensi

1. Milani, F. (2019). *Digital business analysis*. Springer International Publishing.
2. Wirtz, B. W. (2019). *Digital business models: Concepts, models, and the alphabet case study*. Springer.
3. Rosenblatt, H. J. (2013). *Systems Analysis and Design (Book Only)*. Cengage Learning.

Nama Mata Kuliah : Cross-Cultural Management

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami masalah etika dan sosial dalam manajemen dan negosiasi lintas budaya.
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi isu-isu kunci yang diangkat oleh kasus bisnis internasional dalam manajemen lintas budaya.
3. Mahasiswa mampu menerapkan kerangka analitis dan teoritis untuk manajemen lintas budaya.
4. Mahasiswa mampu menganalisis dan mengevaluasi informasi yang mencerminkan format negosiasi dan manajemen dan dalam konteks lintas budaya
5. Mahasiswa mampu mengimplementasikan latihan negosiasi lintas budaya

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mengkaji cara-cara di mana perbedaan budaya berdampak pada proses melakukan bisnis dan mengelola secara internasional. Berbagai kerangka konseptual dikembangkan, termasuk model mental dan skema sebagai sumber perbedaan budaya dan kesulitan dalam mengelola interaksi antar budaya. Menggunakan bukti dan praktik bisnis, mata kuliah ini mengeksplorasi sifat budaya dan bagaimana perbedaan budaya berdampak pada interaksi interpersonal, interaksi antarkelompok dan pengelolaan tenaga kerja multi-budaya (termasuk ekspatriat). Mata kuliah ini menganalisis praktik manajemen dan negosiasi dalam konteks lintas budaya internasional, dan tantangan mengelola hubungan bisnis internasional dianalisis secara kritis.

Referensi

1. Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2016). *Cross-cultural management: Essential concepts*. Sage Publications.
2. Jack, G., & Westwood, R. (2009). *International and cross-cultural management studies: A postcolonial reading*. Springer.

Nama Mata Kuliah : E-Commerce
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep e-business dan e-commerce.
2. Mahasiswa mampu memahami online trading dan transaksi online.
3. Mahasiswa mampu menganalisis model e-business dan e-commerce.
4. Mahasiswa mampu mengimplementasikan arsitektur aplikasi dari e-commerce website yang didesain.
5. Mahasiswa mampu mendesain software e-commerce.

Deskripsi Mata Kuliah

Mahasiswa memahami mengenai konsep dan teori dasar yang melandasi berkembangnya e-commerce di industri, mengerti komponen-komponen yang terdapat didalam sebuah sistem e-commerce, memperoleh gambaran mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membangun sebuah sistem e-commerce, dan dapat melakukan eksperimen kecil membangun sebuah prototipe sistem e-commerce sederhana

Referensi

1. Schneider, G. P. (2004) *Electronic Commerce: The Second Wave*. Canada: Thomson Course Technology.
2. Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). *Internet Business Model dan Strategy*. McGraw Hill.

Nama Mata Kuliah : Etika Bisnis Digital I
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menguasai konsep-konsep dan teori-teori Etika Bisnis dengan baik.
2. Mahasiswa mampu mengaitkan konsep etika bisnis ke dalam bisnis berbasis digital.
3. Mahasiswa mampu memiliki karakter Iman, cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh di dalam kegiatan pembelajaran Etika Bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah etika Bisnis memberikan pemahaman tentang pengambilan keputusan etis yang tepat serta perilaku etis dalam dunia bisnis yang harus mempertimbangkan kepentingan dan harapan kelompok pemangku kepentingan di samping pemegang saham. Etika bisnis merupakan matakuliah yang dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan etis yang terkait dengan tata kelola dan etika manajemen risiko di era baru serta memberikan pemahaman penting dari tantangan bisnis. Etika bisnis mengeksplorasi secara mendalam berbagai kasus nyata yang terjadi serta contoh pada skala Internasional sehingga dapat memberikan pengalaman belajar.

Referensi

1. George W. Reynolds, 2015. Ethics In Information Technology: Fifth Edition, USA, Cengage Learning.
2. Bambang Rudito & Melia Famiola, 2007, Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia, Rekayasa Sains, Bandung.
3. Sukrisno Agoes & I Cenik Ardana, 2009, Etika Bisnis Dan Profesional, Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya, Salemba Empat, Jakarta.
4. Sony Keraf, 2012, Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya, Jogjakarta, Kanisius.

Nama Mata Kuliah : Financial technology (Fintech)
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami ekosistem perbankan dan keuangan serta peran konsumen dalam membentuk industri keuaan 4.0.
2. Mahasiswa mampu memahami lanskap dan infrastruktur FinTech dan menjelaskan peran bank dan penyedia layanan keuangan dalam membentuk dan menanggapi inovasi dan gangguan.
3. Mahasiswa mampu mengevaluasi pengetahuan yang relevan untuk membuat alat analisis strategis untuk mengidentifikasi keadaan segmen FinTech di masa depan.
4. Mahasiswa mampu mengorganisasikan ide-ide FinTech dengan memahami kekuatan di balik perubahan teknologi dalam industri keuangan.
5. Mahasiswa mampu Menghasilkan proposal yang realistis dari perumusan ide FinTech.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas implikasi kemajuan teknologi terhadap keadaan industri keuangan saat ini dan masa depan. Tujuannya adalah untuk memicu proses pemikiran disrupsi teknologi dan inovasi serta untuk menegaskan anggapan bahwa perubahan struktural terkini di seluruh industri keuangan memberikan spektrum peluang internal dan eksternal yang berharga. Studi kasus yang akan dieksplorasi meliputi mata uang digital (bitcoin), penyelesaian (blockchain), lindung nilai sebagai manajemen resiko, perdagangan dan penasihat keuangan dalam FinTech.

Referensi

1. Susanne Chishti. 2016. The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. WILEY.
2. Parag Y Arjunwankar. 2018. Fintech: The Technology Driving Disruption in Financial Services Industry. Taylor-Francis.

Nama Mata Kuliah : Kuliah Kerja Nyata (KKN)

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu mengimplementasikan (menyusun) program pemecahan masalah di desa tempat pengabdian masyarakat berada secara tepat
2. Mahasiswa mampu menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam tim.
3. Mahasiswa mampu mengimplementasikan (menyusun) program pemecahan masalah di desa tempat pengabdian masyarakat berada secara tepat.
4. Mahasiswa mampu menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kerjasama

Deskripsi Mata Kuliah

Kegiatan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat ini dimaksudkan agar mahasiswa bekerja di desa dalam jangka waktu tertentu, tinggal dan bekerja membantu masyarakat pedesaan untuk memecahkan persoalan pembangunan sebagai bagian dari kurikulum perguruan tinggi. Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sudah menjalankan program KKNT MBKM. Diharapkan Satuan Kredit Semesternya (SKS) MBKM dapat diakui sesuai dengan pengakuan kreditnya setara 1 semester atau 20 SKS.

Referensi

1. Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Universitas Negeri Surabaya Tahun 2020
2. Petunjuk Pelaksanaan KKN Tematik MBKM Unesa Tahun 2022

Nama Mata Kuliah : Pancasila

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk menelusuri data/informasi dalam rangka menemukan dan menyelesaikan masalah-masalah pembangunan bangsa dan negara dalam perspektif nilai-nilai dasar Pancasila sebagai ideologi dan dasar negara Indonesia

2. Mahasiswa mampu memiliki pengetahuan tentang nilai-nilai dasar Pancasila sebagai prinsip dan pedoman hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara
3. Mahasiswa mampu mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi persoalan-persoalan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara serta dapat memberikan solusi berdasarkan nilai-nilai Pancasila memiliki sikap bertanggung jawab, peduli, jujur, kerjasama, menghargai pendapat dan memiliki rasa cinta tanah air dalam mengimplementasikan dan melestarikan nilai-nilai Pancasila dalam realitas dan kehidupan sehari-hari
4. Mahasiswa mampu memiliki sikap bertanggung jawab, peduli, jujur, kerjasama, menghargai pendapat dan memiliki rasa cinta tanah air dalam mengimplementasikan dan melestarikan nilai-nilai Pancasila dalam realitas dan kehidupan sehari-hari

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini akan membahas konsep dan hakikat Pancasila sebagai dasar dan ideologi negara, serta pandangan hidup bangsa. Mata kuliah ini juga mengkaji Pancasila secara Historis, Yuridis, dan Filosofis serta aktualisasinya dalam kehidupan kebangsaan dan kenegaraan. Pancasila sebagai landasan dalam Etika Politik dan Paradigma Pembangunan serta implementasinya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara melalui pengkajian, pemaparan konsep, diskusi, studi kasus, dan pemberian tugas baik individu, maupun kelompok.

Referensi

1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. 2012. *Materi Ajar Mata Kuliah Pendidikan Pancasila*. Jakarta: Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan
2. Syarbaini, Syahrial. 2011. *Pendidikan Pancasila: Implementasi Nilai-nilai Karakter Bangsa di Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia
3. Latif, Yudi. 2011. *Negara Paripurna: Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: PT
4. Latif, Yudi. 2014. *Mata Air Keteladanan. Pancasila dalam Perbuatan*
5. Pusat Studi Pancasila UGM. 2012. *Pancasila Dasar Negara*. Yogyakarta: PSP Press
6. Thaib, Dahlan. 1991. *Pancasila Yuridis Ketatanegaraan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
7. Warsono. 2014. *Pancasila-Isme dalam Dinamika Pendidikan*. Surabaya: Unesa University Press
8. Majelis Permusyawaratan Rakyat Indonesia (MPR-RI). 2002. *Undang-Undang Dasar 1945 Hasil Amandemen IV*.
9. Suplemen Arah Pembangunan (RPJM) 2014. -2019.

Nama Mata Kuliah : Pengantar Akuntansi
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu membuat laporan keuangan perusahaan jasa, dagang, dan manufaktur secara benar berdasarkan data yang disediakan dengan menggunakan aplikasi computer
2. Mahasiswa mampu menjelaskan teori-teori Akuntansi dengan benar

3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter cerdas, teliti, jujur dan bertanggungjawab

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas siklus akuntansi dalam dunia bisnis (Perusahaan Jasa, Perusahaan Dagang, dan Perusahaan Manufaktur) yang menghasilkan laporan keuangan berbasis SAK yang berlaku.

Referensi

1. IAI. 2017. Stándar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba Empat
2. Carl S. Warrent, James M. Reeve, Jonathan E. Duchac, Novrys Suhardianto, Ersa Tri Wahyuni, Amir Abadi Jusuf. 2018. Pengantar Akuntansi Edisi 4. Adaptasi Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

Nama Mata Kuliah : Pengantar Manajemen
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan secara tepat teori-teori manajemen.
2. Mahasiswa mampu menunjukkan keterkaitan peran dan fungsi manajemen dalam organisasi bisnis digital secara tepat
3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter cerdas, mandiri dan jujur di dalam kegiatan pembelajaran pengantar manajemen

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah ini mengkaji konsep dasar manajemen terkait dengangambaran umum manajemen. Perkembangan teori manajemen, lingkungan eksternal organisasi, fungsi manajemen dan pengambilan keputusan, fungsi pengorganisasian dan perubahan organisasi, motivasi, kepemimpinan dan komunikasi serta fungsi pengawasan dan sistem informasi. Metode pembelajaran yang digunakan adalah ceramah berfariasi, diskusi dan obervasi.

Referensi

1. Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). *Digital business and e-commerce management*. Pearson UK.
2. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. V. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS quarterly*, 471-482.
3. Kreutzer, R. T., Neugebauer, T., & Pattloch, A. (2017). Digital business leadership. *Digital Transformation–Geschäftsmodell-Innovation–agile Organisation–Change-Management*.
4. Morabito, V. (2014). *Trends and challenges in digital business innovation*. New York: Springer International Publishing.

Nama Mata Kuliah : **Praktik Kerja Lapangan**
Dosen : **Tim**

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu membandingkan teori dan praktik manajemen di dunia kerja dengan baik.
2. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter mandiri dan bertanggung jawab.
3. Mahasiswa mampu beradaptasi dengan baik dengan dunia kerja.
4. Mahasiswa mampu membandingkan teori dan praktik manajemen di dunia kerja dengan baik
5. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter mandiri dan bertanggung jawab.
6. Mahasiswa mampu beradaptasi dengan baik dengan dunia kerja

Deskripsi Mata Kuliah

Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah kegiatan nyata di lapangan dengan mitra (industri, instansi pemerintah/swasta, kelompok masyarakat, lembaga diklat, badan-badan usaha, dan organisasi lain) untuk memperoleh pemahaman dan keterampilan yang dilaksanakan dalam periode waktu tertentu, sehingga meningkatkan profesionalisme para mahasiswa sesuai disiplin ilmunya. PKL dicantumkan dalam struktur kurikulum S1 dan mewajibkan setiap mahasiswa pada prodi yang memiliki program PKL untuk menempuh mata kuliah PKL. Ruang lingkup materi PKL yaitu bidang pekerjaan atau profesi yang dipilih oleh mahasiswa sesuai dengan bidang ilmu yang ditekuni. Selain itu, jadwal dan alokasi waktu yang digunakan untuk PKL bergantung pada kesempatan yang ada di tempat pelaksanaan PKL dan kesiapan mahasiswa peserta PKL. Pelaksanaan PKL diprogramkan di atas semester V bagi Program S1 ditempuh dalam kurun waktu 6 bulan.

Referensi

Pedoman Praktik Kerja Lapangan (PKL) Universitas Negeri Surabaya Tahun 2018

Nama Mata Kuliah : **Sistem Basis Data**
Dosen : **Tim**

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu mengaplikasikan teknologi informasi dalam pengelolaan bisnis dengan tepat.
2. Mahasiswa mampu mengembangkan keilmuan dengan tepat.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah Sistem Basis Data mempelajari dan memahami mengenai konsep sistem basis data dan kemampuan membangun sistem basis data sebagai sebuah solusi dalam permasalahan bisnis. Pembahasan kuliah ini meliputi: Pengenalan database, konsep relational table, perbedaan antara database system, file base system, database management system, Entity Relationship Database, Conceptual Data Modelling, Physical Data Modelling, pembuatan data base, dan pengolahan data dalam database.

Referensi

1. Connolly, Thomas; Begg, Carolyn. Database Systems: A Practical Approach to Design, Implementation and Management: Global Edition, 6th edition. Pearson Education Limited. 2014.
2. Elmasri, Navathe. Fundamentals of Database Systems Seventh Edition. United States of America: Pearson, 2016.

Nama Mata Kuliah : **Sistem Informasi Akuntansi**
Dosen : **Tim**

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu Memahami sistem kerja informasi akuntansi dan fungsinya dalam suatu organisasi bisnis.
2. Mahasiswa mampu Memahami pengaplikasian teknologi informasi dalam menyusun sistem informasi organisasi
3. Mahasiswa mampu Memahami prinsip-prinsip pengendalian internal
4. Mahasiswa mampu Memahami berbagai entitas yang berkaitan dalam penyusunan informasi di suatu organisasi yang di aplikasikan pada masing-masing siklus akuntansi
5. Mahasiswa mampu Memahami berbagai siklus umum transaksi
6. Mahasiswa mampu Menggunakan alat perancangan sistem untuk mendeskripsikan sebuah sistem informasi akuntansi

Deskripsi Mata Kuliah

Memberikan pengertian arus informasi dan entitas dalam sistem akuntansi, fungsi dan proses pengolahan data dalam menghasilkan informasi, serta prosedur yang terdapat dalam sistem informasi akuntansi yang berfungsi menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.

Referensi

1. Triani Ni Nyoman Alit, Yanthi, Merlyana Dwindi, Putra Ricky Eka. 2017. Praktikum Sistem Informasi Akuntansi. 2017. Jakarta: Salemba Empat.
2. Dull, Richard B. , Ulric J. Gelinas, JR. ,Patrick R. Wheeler. 2018. Accounting Information Systems. Edisi 11. United States of America.
3. Hall James A. 2011. Accounting Information System, Edisi. 2. USA:South-Western Cengage Learning.
4. Simkin, Mark G., Jacob M. Rose., Carolyn Strand Norman. 2013. Accounting Information Systems. Edisi 12. Asia: John Willey & Sons

Nama Mata Kuliah : **Bahasa Inggris**
Dosen : **Tim**

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menggunakan Bahasa Inggris untuk berkomunikasi secara lisan dan tulis dalam konteks-konteks keseharian dan umum terbatas.
2. Mahasiswa mampu menjelaskan pengetahuan dasar ilmu Bahasa Inggris.
3. Mahasiswa mampu memutuskan bahasa yang tepat sesuai dengan kaidah penggunaan Bahasa Inggris sesuai dengan konteksnya.

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah ini membekali mahasiswa pada keterampilan dan komponen bahasa pada level dasar (pre-intermediate). Matakuliah ini juga memperkenalkan tes terstandarisasi yang memuat latihan keterampilan membaca (reading skills), menyimak (listening comprehension) dan tata bahasa dan kosakata (structure and vocabulary) yang diarahkan untuk persiapan test bahasa Inggris standar Internasional. Semua kegiatan perkuliahan akan disajikan dengan cara ceramah dan diskusi.

Referensi

1. Sharpe, Pamela. J. 2003. How to prepare for the TOEFL. Barron's Educational Series. NY
2. Phillips, Deborah. 2004. Longman Preparation Course for the TOEFL Test: The Paper Test (Student Book with Answer Key and CD-ROM). Pearson Education. NY
3. _____. 2012. Official Guide to the TOEFL Test With CD-ROM, 4th Edition (Official Guide to the Toefl Ibt). McGraw-Hill. USA.
4. *Phillips, Deborah. 2001. Longman Introductory Course for the TOEFL Test: iBT, 2nd ed. Pearson Education. NY*
5. Worcester, Adam, et al. 2008. Building Skill for the TOEFL iBT: Beginning. Compass Publishing.
6. Cullen, Pauline, et al. 2014. The Official Cambridge Guide to IELTS Student's Book With Answers with DVD-ROM. Oxford University Press.
7. Parthare, Emma; Parthare, Gary; May, Peter. 2013. Headway Academic Skills IELTS Study Skills Edition: Level 1 Student's Book. Oxford University Press.
8. Lougheed, Lin. 2007. Longman Preparation Series for the TOEIC Test: Listening and Reading, 5th Edition. Pearson Education. NY
9. Buku yang disusun oleh Tim Mata Kuliah Bahasa Inggris

Nama Mata Kuliah : Pemasaran Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu Mengidentifikasi dan menerapkan pengetahuan digital marketing pada situasi bisnis di lingkungan lokal dan global.
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan meneliti masalah pemasaran digital dalam situasi bisnis, menganalisis masalah, menarik solusi yang tepat dan beralasan, serta mengembangkan dan mengevaluasi rencana pemasaran digital yang efektif.
3. Mahasiswa mampu mengkomunikasikan pengetahuan digital marketing secara efektif dalam konteks lisan dan tulisan.
4. Mahasiswa mampu secara kritis meninjau keputusan pemasaran digital berdasarkan pertimbangan sosial, lingkungan dan budaya.
5. Mahasiswa mampu berpartisipasi secara kolaboratif dalam kerja tim dan presentasi.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mengeksplorasi pemasaran digital sebagai bagian dari seperangkat konsep dan teori yang lebih besar dalam disiplin pemasaran dengan menjelaskan tentang penyediaan intelijen pasar, mengembangkan model bisnis baru, membangun profil pelanggan, komunikasi langsung dan interaktif, menempatkan barang dengan

pelanggan melalui toko virtual, dan bekerja dengan pelanggan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang inovatif.

Referensi

1. Chaffey, D., and Ellis-Chadwick, F., 2019. Digital marketing: strategy, implementation and practice (7th ed.), Pearson Education, Harlow, Essex.
2. Nathan David, 2021. Digital Marketing Analytics, Stukent, ISBN: 978-1-7346888-4-9.

Nama Mata Kuliah : Pemrograman Web
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.
2. Mahasiswa mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi.
3. Mahasiswa mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas teknologi web serta pemrograman web termasuk di dalamnya, yaitu HTML & HTML 5, CSS, PHP, Database MySQL, Java Script, Ajax, dan Content Management System.

Referensi

1. URL : <https://www.w3.org/TR/2004/REC-webarch-20041215/>
2. Wang, Paul., Katila, Sanda. 2003. *An Introduction to Web Design+Programming*. Brooks/Cole Book.
3. Thomas A. Powel. 2010. *HTML & CSS: The Complete Reference, Fifth Edition*. The McGraw-Hill: United States.
4. Ducket, Jon. 2004. *Beginning Web Programming with HTML, XHTML, and CSS*. Wiley Publishing: Canada.
5. Greenspan, Jay., Bulger, Brad. 2001. *MySQL/PHP Database Applications*. M & T Books: New York.
6. Bulger, Brad., Greenspan, Jay., Wall David. 2004. *MySQL/PHP Database Applications, Second Edition*. Wiley Publishing: Indiana.
7. Solichin, Achmad. Pemrograman Web dengan PHP dan MySQL.
8. Celko, Joe. 1999. *Data and Databases: Concept In Practice*. Morgan Kaufmann Publishers: San Fransisco, USA.
9. Wildenius, Michael., Axmark, David., MySQL AB. 2003. *MySQL Reference Manual Documentation From the Source*. O'Reilly Community Press: Swedish.

10. Lerdorf, Rasmus., Tatroe, Kevin., MacIntyre, Peter. 2006. *Programming PHP, Second Edition*. O'Reilly Media: United States.
11. Holzner, Steven. 2009. *Ajax A Beginner's Guide*. McGraw-Hill: United States.
12. Deitel, Harvey, Deitel, Paul. Introduction to World Wide Web
13. URL : <http://searchsoa.techtarget.com/definition/content-management-system>
14. URL : <http://www.toptenreviews.com/business/internet/best-content-management-system-software/>
15. Bhasin, Shweta. 2003. *Web Security Basics*. Premier Press: Ohio.
16. Bursztein, Ellie. 2010. *Basic Web Security Model*

Nama Mata Kuliah : Pengantar Bisnis Digital
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mampu memahami konsep bisnis secara global .
2. Mampu mendeskripsikan konsep bisnis tentang risk & return yang harus dihadapi pelaku bisnis.
3. Mampu membedakan karakter jenis Usaha, skala Usaha & bentuk-bentuk Badan Usaha
4. Mampu menyusun Perencanaan Bisnis
5. Mampu mengidentifikasi Lingkungan Bisnis Perusahaan
6. Mampu mengidentifikasi swot analysis
7. Mampu memahami konsep Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan
8. Mampu memahami konsep manajemen dan tata kelola organisasi
9. Mampu menerapkan Aspek Bisnis : Bidang Pemasaran, Sumberdaya Manusia, Operasional dan Keuangan dalam kegiatan bisnis secara umum.

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah Pengantar Bisnis membahas tentang konsep bisnis secara umum dalam era global dengan risk dan return bisnis yang harus dihadapi pelaku bisnis, jenis usaha dan bentuk-bentuk Badan Usaha, Rencana Bisnis dan lingkungan bisnis yang dapat dijabarkan dalam swot analisis, konsep Etika Bisnis dan Tanggungjawab Sosial dari para pelaku bisnis, konsep manajemen dan organisasi serta aspek bisnis dalam bidang pemasaran, operasional, sumberdaya manusia dan keuangan yang selanjutnya dirangkai dalam sistem informasi manajemen.

Referensi

1. Griffin, Ricky, 2003 : *Pengantar Bisnis*, Jakarta Prehalindo
2. Pride , Hughes & Jack R. Kapoor, 2014:., *Pengantar Bisnis*, Salemba Empat
3. Porter, Micheal, 2001 : *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri, dan Pesaing*, Erlangga, Jakarta
4. Nickels, Mc.Hugh, 2014 : *Understanding Business*, 8 th , Mc.Graw-Hill Education (Asia)
5. Kenneth C.Loudon dan Jane P. Loudon, 2014, *Management Information Systems : Managing Digital Firm*, Pearson, New Jersey.
6. Dave Chaffey;(2018) *Digital Business And E-Commerce Management – Strategy, Implementation And Practice*; Pearson, Six Edition.
7. I Putu Eka Pratama; (2015) *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce, Berbasis Open Source – Teori dan Praktek*, Penerbit Informatika, Jakarta.

8. Jefferly Helianthusonfry, Tools for Social Media Marketing, Penertbit Gramedia Jakarta
9. Agus Saputra dan Feni Agustin, Membangun Sistem Aplikasi E Commerce dan SMS

Nama Mata Kuliah : Sistem Informasi Manajemen

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan secara detail peran sistem informasi sebagai dasar pertimbangan mengelola bisnis global.
2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dengan tepat sumber dayakomputasi dan komunikasi.
3. Mahasiswa mampu menguraikan dengan jelas perlindungan sistem informasi sebagai dasar pertimbangan sikap berbisnis yang etis dan bertanggung jawab.
4. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter iman, mandiri, cerdas, jujur, peduli, dan tangguh (idaman jelita) dalam pengambilan keputusan bisnis.
5. Mahasiswa mampu merancang basis data sederhana dengan Microsoft Access sesuai dengan data kasus yang diberikan.

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah sistem informasi manajemen memberikankajian yang berisi pemahaman tentang peran sistem informasi dalam mengubah bisnis global, sistem bisnis elektronik (E-Business), sumber dayakomputasi dan komunikasi, dan perlindungan sistem informasi, aplikasi sisteminformasi, sistem pendukung pengambilan keputusan, sumber daya dalam mengelolateknologi informasi sebagai dasar pertimbangan mengelola bisnis dengan tepat. Disamping itu, mata kuliah ini juga membantu dalam membuat manajemen basis data dengan mudah dalam organisasi bisnis. Metode pembelajaran yang digunakan adalah perpaduan antara metode pembelajaran langsung, pembelajaran kooperatif, diskusi kelompok, praktik dan drill yang mana disesuaikan dengan masing-masing pokok bahasan dalam setiap kali pertemuan.

Referensi

1. Laudon, Kenneth C., Laudon, Jane P. 2015. Sistem Informasi Manajemen. Edisi 13. Salemba Empat. Jakarta
2. Mc Leod, Raymond. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Edisi 10. Jakarta : Salemba Empat
3. O'Brien. 2014. Sistem Informasi Manajemen. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat
4. Scott, George M., 2010, Prinsip-Prinsip Sistem Informasi Manajemen, Edisi Bahasa Indonesia, PT. Rajawali Pers: Jakarta.

Nama Mata Kuliah : Skripsi

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menyusun skripsi dengan benar.
2. Mahasiswa mampu mempertahankan hasil penelitiannya dihadapan Tim Pemeriksa Skripsi.

Deskripsi Mata Kuliah

Skripsi merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh semua mahasiswa jurusan manajemen. Selain prasyarat akademik menempuh skripsi sebagaimana diatur dalam Pedoman Akademik Unesa, Jurusan Manajemen menambahkan persyaratan khusus yaitu mahasiswa wajib lulus mata kuliah seminar manajemen. Ruang lingkup mata kuliah skripsi ini mencakup : penyusunan proposal skripsi, ujian proposal skripsi, penelitian dan ujian skripsi, serta revisi hasil ujian skripsi. Lingkup akhir tersebut, dibuktikan dengan lembar pengesahan revisi ujian skripsi yg telah di tandatangani oleh tim penguji skripsi, ketua jurusan, dan dekan.

Referensi

1. Buku Panduan Proposal & Skripsi. 2018. Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Surabaya.
2. Sekaran, U. & Bougie, R., 2016, Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
3. Singgih Santoso, 2019, Menguasai Statistik dengan SPSS 25, Jakarta: Elex Media Komputindo.
4. Sugiono, 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Edisi Kedua, Bandung: Alfabeta.

Nama Mata Kuliah : Statistik Bisnis

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menganalisis menggunakan metode statistika deskriptif dan inferensial untuk memecahkan masalah.
2. Mahasiswa mampu memecahkan masalah statistik deskriptif dan inferensial menggunakan software komputer dengan tepat.
3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter cerdas, teliti, dan bertanggung jawab di dalam kegiatan pembelajaran statistika bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini berisi tentang konsep dasar statistika bisnis, populasi & sampel, probabilitas, penyajian data deskriptif, analisis data inferensial dan pengujian hipotesa untuk penelitian bisnis. Metode pembelajaran yang sering digunakan adalah ceramah dan diskusi, serta CBL (case based learning).

Referensi

1. Suharyadi & Purwanto, SK. 2016. Statistika untuk Ekonomi & Keuangan Modern (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
2. Murray, Spiegel R. 2004. Schaum's Outlines Teori dan Soal-soal Probabilitas dan Statistik Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
3. Anderson, Sweeney & Williams. 2011. Statistics for Business and Economics (11th Ed). USA: South-Western Cengage Learning.
4. Ramadhayanti, A. 2019. Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.

Nama Mata Kuliah : Pengantar Teori

Ekonomi

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menguasai teori bidang manajemen secara menyeluruh.
2. Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.
3. Lulusan mampu mengembangkan ide usaha dalam lingkungan bisnis global secara kreatif.
4. Lulusan mampu mengelola organisasi secara etis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini berisi tentang konsep dasar ekonomi mikro dan makro dalam menganalisis perekonomian dan kebijakan pemerintah dibidang ekonomi yang didalamnya terdapat materi tentang perilaku konsumen, perilaku produsen, penetapan harga oleh pemerintah, keseimbangan ekonomi dua sektor, keseimbangan ekonomi tiga sektor, keseimbangan ekonomi terbuka. Metode pembelajaran yang digunakan adalah simulasi dengan mencoba menyimulasikan peran baik sebagai pemerintah, konsumen dan produsen dalam mengambil dan menganalisis kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, analisis studi kasus, diskusi, tugas proyek, dan refleksi.

Referensi

1. Karl E. Case dan Ray C. Fair. 2017. Prinsip-Prinsip Ekonomi. Jilid I dan II. Erlangga.
2. Mankiw, Gregory. 2018. Macro Economics. New York: Worth Publishers.
3. Sukirno. Sadono. 2018. Makro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
4. Soediyono Rekso Prayitno. 2017. Ekonomi Makro, Pengantar Analisa Pendapatan Nasional. Yogyakarta: BPFE.
5. Sukirno, Sadono. 2018. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
6. Mankiw, Gregory, Euston Quah, & Peter Wilson. 2018. Pengantar Ekonomi. Jakarta: Salemba Empat.
7. Ari Sudarman. 2017. Teori Ekonomi Mikro. Yogyakarta: BPFE

Nama Mata Kuliah : Manajemen SDM dan Organisasi
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan teori dan substansi manajemen SDM dengan tepat
2. Mahasiswa mampu menelaah aktivitas-aktivitas manajemen SDM dalam suatu organisasi dengan jelas.
3. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh di dalam kegiatan pembelajaran manajemen SDM.
4. Mahasiswa mampu mengoperasikan teknologi informasi dalam bidang manajemen SDM dengan tepat.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) & Organisasi membahas tentang fungsi pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam organisasi mulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian, dan pengendalian SDM dalam organisasi. Mata kuliah ini mengkaji proses SDM mulai dari proses SDM yang meliputi analisis jabatan, seleksi, rekrutmen, penempatan, pelatihan dan pengembangan, hingga proses pasca kerja. Metode pembelajaran yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan diskusi agar siswa lebih aktif dalam proses pembelajaran. HRM membahas proses HR yang dilaksanakan secara holistik oleh suatu organisasi karena HRM merupakan tahapan yang tidak dapat dipisahkan. Output pembelajarannya adalah mahasiswa dapat melakukan tahapan pengadaan SDM mulai dari proses analisis kebutuhan hingga pensiun.

Referensi

1. Noe, Raymond A. 2017. Employee training and development- Seventh edition. United States of America: McGraw-Hill.
2. Pucik, Vladimir et.al. 2017. The Global Challenge: International Human Resource Management- Third Edition. Chicago: Chicago Business Press.
3. Robbins, Stephen P. & Timothy A. Judge. 2018. Essentials of Organizational Behavior Global Edition-Fourteenth Edition. England: Pearson Education Limited.
4. Robbins, Stephen P. & Timothy A. Judge. 2016. Organizational Behavior 17th edition. England: Pearson Education Limited.
5. Mathis, Robert L., & Jackson, John H. 2000. Personnel/Human Resource Management. St. Paul: West Publishing Company.

Nama Mata Kuliah : Manajemen Operasi
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Lulusan mampu menguasai teori bidang manajemen secara menyeluruh.
2. Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.
3. Lulusan mampu mengelola organisasi secara etis

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas tentang konsep dan ruang lingkup manajemen operasi, baik yang berkaitan dengan alat maupun manusia, dengan berbagai metode optimasi mulai dari pendirian dan peneluan lokasi produksi, peramalan produksi, perencanaan kebutuhan bahan baku dan persediaan, tata letak (layout), perancangan kerja, pengendalian mutu, dan pemeliharaan. Aplikasi pembelajarannya melalui analisis contoh-contoh kasus di kelas. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem analisis studi kasus, ceramah, diskusi, tugas, dan refleksi.

Referensi

1. David Barnes. 2018. Operations Management. Australia: [Macmillan International Higher Education](#).
2. Jay Heizer dan Barry Render, 2011. Operations Management, Tenth Edition. New Jersey: Pearson Education.
3. S. Anil Kumar dan N. Suresh, 2009. Operations Management. New Delhi: New Age International.
4. Joel D. Wisner, Keah-Choon Tan, G. Keong Leong. 2012. Principles of Supply Chain Management. Third edition. Cengage Learning. South-Western.
5. M. Nur Nasution, 2005. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management). Edisi Kedua. Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.
6. Nigel Slack, Alistair Brandon-Jones, Robert Johnston, 2013. Operations Management. Seventh edition. Pearson-books.
7. William J Stevenson, 2012. Operations Management. Eleventh edition. McGraw-Hill.

Nama Mata Kuliah : Manajemen Keuangan

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Lulusan mampu menguasai teori bidang manajemen secara menyeluruh.
2. Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.
3. Lulusan mampu mengaplikasikan teknologi informasi dalam pengelolaan data keuangan, pemasaran, dan SDM dengan tepat.
4. Lulusan mampu mengembangkan ide usaha dalam lingkungan bisnis global secara kreatif.
5. Lulusan mampu mengelola organisasi secara etis.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini berisi tentang konsep dasar manajemen keuangan perusahaan terkait dengan pengembangan manajemen keuangan, tanggung jawab manajer keuangan, analisis laporan keuangan, lingkungan keuangan, analisis nilai waktu uang, model penilaian obligasi dan saham, analisis biaya modal, teknik penganggaran modal, modal penganggaran, analisis arus kas proyek, dan pengelolaan keuangan daerah. Metode pembelajaran yang sering digunakan adalah Metode Diskusi Kelompok, yaitu diskusi tentang suatu masalah pengelolaan keuangan dalam rangka mempersiapkan diri sebagai pekerja di perusahaan dan sebagai wirausaha.

Referensi

1. Purwohandokoet.al., 2014. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Surabaya: UNIPRESS.
2. Brigham, Eugene F. and Joel F. Houston. 2018. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
3. Suad Husnan & Enny Pudjiastuti. 2015. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Nama Mata Kuliah : Etika Bisnis Digital 1

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi dimensi etika dalam bisnis;
2. Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan moralitas dalam bisnis;
3. Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan sikap moral yang benar dalam menghadapi berbagai isu penting dan dilema moral yang ada di lingkungan bisnis;
4. Mahasiswa diharapkan mampu menghubungkan konsep dengan praktik tanggung jawab sosial perusahaan

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini ini akan mengejar penyelidikan lintas disiplin tentang implikasi sosio-etis dari teknologi digital dengan menggabungkan sudut pandang teoretis dengan masalah konkret yang dihadapi bisnis yang menerapkan sistem digital. Hal ini termasuk etika dalam kepemilikan dan kontrol data, ekonomi digital dan kapitalisme pengawasan, kekuatan dan tata kelola pengambilan keputusan algoritmik, humanisasi teknologi digital, etika robotika dan sistem otonom, serta keberlanjutan pengembangan digital secara umum.

Referensi

1. Vasiliu-Feltes, I. (2022). Business Ethics in a Digital World: A 360 Perspective. In *Applied Ethics in a Digital World* (pp. 172-184). IGI Global.

2. Crane, A., Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. J. (2019). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press, USA.

Nama Mata Kuliah : Kewirausahaan Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat membuat desain bisnis online, yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang koheren untuk menarik pelanggan secara online, memberikan pengalaman online yang memuaskan, dan mencapai tujuan bisnis secara digital.
2. Mahasiswa dapat menggunakan layanan dan perangkat lunak yang tersedia secara luas.
3. Mahasiswa dapat memahami dasar-dasar sistem manajemen konten, dan bagaimana sistem tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk keberadaan bisnis internet.
4. Mahasiswa dapat menetapkan tujuan bisnis yang terukur (seperti tujuan konversi), dan pantau keberhasilan tujuan tersebut melalui penggunaan analisis web.
5. Mahasiswa dapat menerapkan beberapa aliran pendapatan, termasuk pembayaran web.
6. Mahasiswa dapat melakukan teknik optimisasi mesin pencari dasar untuk menarik pelanggan online.
7. Mahasiswa dapat membuat rencana media sosial dasar untuk menarik dan melibatkan pelanggan online.
8. Mahasiswa dapat melakukan uji kegunaan dasar dan pengalaman pengguna; memahami teknik eksperimental sederhana seperti pengujian A/B.
9. Mahasiswa dapat mengevaluasi kehadiran online bisnis berfungsi dengan baik di berbagai perangkat, seperti ponsel dan tablet.
10. Mahasiswa dapat memahami masalah *go-to-market* dan skalabilitas seperti keamanan, kinerja, dan perlindungan hukum.

Deskripsi Mata Kuliah

Dalam mata kuliah ini, mahasiswa akan belajar tentang masa depan kewirausahaan dan perdagangan yang diaktifkan secara digital, dengan merancang dan meluncurkan bisnis digital sendiri. Mata kuliah ini memungkinkan mahasiswa menguji ide bisnisnya sendiri tanpa pengalaman teknis sebelumnya.

Referensi

1. Allen, J. P. (2019). *Digital entrepreneurship*. Routledge.
2. Soltanifar, M., Hughes, M., & Göcke, L. (2021). *Digital entrepreneurship: Impact on business and society* (p. 327). Springer Nature.

3. Hosu, I., & Iancu, I. (Eds.). (2016). *Digital Entrepreneurship and Global Innovation*. IGI Global.

Nama Mata Kuliah : Internet of Things

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep IoT langsung seperti penginderaan, aktuasi, dan komunikasi.
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi pengembangan prototipe Internet of Things (IoT)—termasuk perangkat untuk penginderaan, aktuasi, pemrosesan, dan komunikasi—untuk membantu mengembangkan keterampilan dan pengalaman.
3. Mahasiswa mampu menciptakan rancangan prototipe berbasis IOT yang digunakan untuk kegiatan operasional bisnis digital.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa dalam merancang prototipe berbasis IOT dengan konsep Arduino Simulation Environment, Sensor & Actuators dengan Arduino, Basic Networking, IoT Protocols dan Cloud Platform untuk IOT.

Referensi

1. Bahga, A., & Madiseti, V. (2014). *Internet of Things: A hands-on approach*. Vpt.
2. Holler, J., Tsiatsis, V., Mulligan, C., Karnouskos, S., Avesand, S., & Boyle, D. (2014). *Internet of things*. Academic Press.
3. Doukas, C. (2012). *Building Internet of Things with the ARDUINO* (pp. 1-352). North Charleston, SC, USA: CreateSpace.
4. Fortino, G., & Trunfio, P. (Eds.). (2014). *Internet of things based on smart objects: Technology, middleware and applications*. Springer Science & Business Media.

Nama Mata Kuliah : Pemrograman Aplikasi

Mobile

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep tentang pembangunan aplikasi pada perangkat mobile.
2. Mahasiswa mampu memahami system operasi mobile Android.

3. Mahasiswa mampu membangun aplikasi mobile berbasis android sampai pada pembuatan file distribusi yang berekstensi *.apk (Android Application Package)
4. Mahasiswa mampu melakukan pendistribusian aplikasi pada Google Play.

Deskripsi Mata Kuliah

Dalam perkuliahan ini dibahas tentang pembangunan aplikasi pada perangkat mobile. Aplikasi mobile yang dibangun nantinya akan dioperasikan pada sistem operasi mobile android. Pembahasan pembangunan aplikasi android dimulai dari instalasi perangkat pembangunan, pemrograman android, sampai pada pembuatan file distribusi yang berekstensi *.apk (Android Application Package) serta penjualan aplikasi pada Google Play.

Referensi

1. Howse, J. (2013). *Android application programming with OpenCV*. Packt Publishing Ltd.
2. Kapur, S., & Thakkar, N. (2015). *Mastering OpenCV Android Application Programming*. Packt Publishing Ltd.
3. Prabowo, I. A., Wijayanto, H., Yudanto, B. W., & Nugroho, S. (2021). *Buku Ajar: Pemrograman Mobile Berbasis Android (teori, latihan dan tugas mandiri)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Dian Nuswantoro.

Nama Mata Kuliah : Customer Relationship Management

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu untuk memahami siklus dan implementasi CRM di lingkup bisnis digital.
2. Mahasiswa mampu untuk menerapkan metode CRM yang mencakup pengumpulan, penyimpanan, dan analisis informasi pelanggan, vendor, mitra, dan proses internal.
3. Mahasiswa mampu untuk mengaplikasikan teknologi informasi berbasis website dalam menerapkan metode CRM.
4. Mahasiswa mampu untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan CRM yang meningkatkan ROMI (Return on Marketing Investment).

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah manajemen hubungan pelanggan (CRM) memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam menemukan, memasarkan, menjual, dan melayani pelanggan secara cerdas. Konsep CRM digunakan oleh perusahaan, dan lembaga publik untuk mengelola hubungan mereka dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Teknologi yang mendukung tujuan bisnis ini mencakup pengumpulan,

penyimpanan, dan analisis informasi pelanggan, vendor, mitra, dan proses internal. Implementasi CRM meliputi Penjualan, Pemasaran dan Layanan Pelanggan, Pelatihan, Pengembangan Profesional, Manajemen Kinerja, Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kompensasi.

Referensi

1. Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer relationship management*. Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature 2006, 2012, 2018.
2. Rai, A. K. (2012). *Customer relationship management: Concepts and cases*. PHI Learning Pvt. Ltd..
3. Raab, G., Ajami, R. A., & Goddard, G. J. (2016). *Customer relationship management: A global perspective*. CRC Press.
4. Baran, R. J., & Galka, R. J. (2016). *Customer Relationship Management: the foundation of contemporary marketing strategy*. Routledge.
5. Kumar, V., & Petersen, J. A. (2012). *Statistical methods in customer relationship management*. John Wiley & Sons.
6. Muther, A. (2012). *Customer relationship management: Electronic customer care in the new economy*. Springer.

Nama Mata Kuliah : Agile Business

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu mendeskripsikan berbagai metode *agile* (proses, peran, prinsip).
2. Mahasiswa mampu menganalisis tujuan proyek bisnis digital dalam lingkungan *agile* dan penguraiannya.
3. Mahasiswa mampu mengidentifikasi peran analisis bisnis dalam tim *agile*.
4. Mahasiswa mampu merencanakan, mengimplementasikan dan mengevaluasi *agile business* dengan metode *scrum*.
5. Mahasiswa mampu menerapkan *user story technique*.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini dirancang bagi mahasiswa bisnis digital untuk berpartisipasi dan memimpin secara efektif dalam lingkungan *agile*. Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa menjadi calon pelaku bisnis dalam memimpin dan mengelola proyek dan membutuhkan peran kepemimpinan bisnis yang jauh lebih aktif untuk memandu arah proyek yang sedang berjalan.

Referensi

1. Rubin, K. S. (2012). *Essential Scrum: A practical guide to the most popular Agile process*. Addison-Wesley.

2. Sutherland, J., Van Solingen, D. M., & Rustenburg, E. (2011). *The power of scrum*. CreateSpace.
3. Yayici, E. (2021). *Business Analysis Methodology Book*.
4. Linz, T. (2014). *Testing in scrum: A guide for software quality assurance in the agile world*. Rocky Nook, Inc..
5. Stellman, A., & Greene, J. (2014). *Learning agile: Understanding scrum, XP, lean, and kanban*. " O'Reilly Media, Inc."
6. Vinaja, R. (2019). *The Scrum Culture: Introducing Agile Methods in Organizations: Maximini Dominik, Cham, Switzerland, Springer Nature, 2018, 323 pp., \$69.99 (Hardcover), ISBN: 978-3-319-73841-3*.
7. Rupp, C. (2020). *Scaling Scrum Across Modern Enterprises: Implement Scrum and Lean-Agile techniques across complex products, portfolios, and programs in large organizations*.

Nama Mata Kuliah : Mentoring Bisnis Digital
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep mentoring dan nilai positifnya untuk perencanaan bisnis
2. Mahasiswa mampu mengetahui faktor yang mendukung program mentoring yang efektif dan siapa yang memenuhi syarat untuk menjadi mentor bisnisnya.
3. Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan, tantangan, asumsi dan harapan dalam memulai bisnis
4. Mahasiswa mampu menemukan solusi dari permasalahan dan tantangan inisiasi bisnis dan mengkomunikasikan dalam sesi mentoring.
5. Mahasiswa dapat menciptakan perencanaan bisnis sesuai dengan praktik terbaik dari mentor.

Deskripsi Mata Kuliah

Mentoring telah menjadi faktor penting dalam kesuksesan kewirausahaan karena mentor dapat membantu pengusaha mengatasi kemunduran yang biasa mereka hadapi pada tahap awal usaha kewirausahaan mereka. Tujuan dari mata kuliah ini adalah membekali mahasiswa sebagai calon pengusaha dengan menemukan mentor dan organisasi yang mendukung ide/implementasi bisnis mereka dengan memahami dinamika hubungan mentorship yang sukses dalam ekosistem start-up dan mengoptimalkannya untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan dengan metode *joint learning experience*.

Referensi

1. Klasen, N., & Clutterbuck, D. (2012). *Implementing mentoring schemes*. Routledge.

2. Connor, M., & Pokora, J. (2017). *Coaching and Mentoring at Work: Developing Effective Practice: Developing Effective Practice*. McGraw-Hill Education (UK).
3. Kumar, P., & Kumar, S. (2018). Mentoring in a start-up company with millennial recruits. In *Exploring dynamic mentoring models in India* (pp. 49-65). Palgrave Macmillan, Cham.
4. Friel, T., & Vukotich, G. (2018). *The Start-up PUSH: A Guide for Developers, Directors and Residents: Incubators, Accelerators, and Science Parks*. IAP.
5. Hill, I. (2015). *Start-Up: A Practice Based Guide For New Venture Creation*. Bloomsbury Publishing.

Nama Mata Kuliah : Big Data & Business Analytics

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami karakteristik dan faktor penentu dari Big Data
2. Mahasiswa dapat memahami konsep cloud dan cara instalasi akun AWS (Amazon Web Services)
3. Mahasiswa dapat memahami pemodelan data Dimensional dan Relational, sistem terdistribusi dan model pemrogramannya serta beberapa alat utama yang diperlukan untuk implementasi Big Data.
4. Mahasiswa dapat mengimplementasikan pemrosesan data skala besar dengan Apache Spark, sebuah mesin pemrosesan data besar yang cepat untuk membangun solusi pemrosesan data skala besar.
5. Mahasiswa memahami konsep ETL (Extract, Transfer, Load) dan dasar Data Ingestion dengan Sqoop, Flume dan Hadoop.
6. Mahasiswa mampu mengimplementasikan Database NoSQL berbasis Apache HBase dan MongoDB.
7. Mahasiswa dapat mengimplementasikan Hive and Querying dengan alat manajemen gudang, Apache Hive untuk analisis data skala besar.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mengajarkan mahasiswa tentang konsep dan praktik tentang berbagai alat, konsep, dan teknologi yang digunakan dalam analisis big data, dasar-dasar pemrograman dan struktur data dasar.

Referensi

1. Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.
2. Erl, T., Khatkhat, W., & Buhler, P. (2016). *Big data fundamentals: concepts, drivers & techniques*. Prentice Hall Press.
3. Mohanty, H., Bhuyan, P., & Chenthati, D. (Eds.). (2015). *Big data: A primer* (Vol. 11, p. 183). Berlin: Springer.

4. Akerkar, R. (Ed.). (2013). *Big data computing*. Crc Press.
5. Berman, J. J. (2013). *Principles of big data: preparing, sharing, and analyzing complex information*. Newnes.
6. Furht, B., & Villanustre, F. (2016). *Big data technologies and applications*. Springer.
7. Li, K. C., Jiang, H., & Zomaya, A. Y. (Eds.). (2017). *Big data management and processing*. CRC Press.
8. Zomaya, A. Y., & Sakr, S. (Eds.). (2017). *Handbook of big data technologies*. Springer.

Nama Mata Kuliah : IU/UX Design
Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami konsep desain UI/UX secara Fundamental.
2. Mahasiswa dapat memahami konsep dan implementasi Design Process.
3. Mahasiswa dapat mengerti dan melakukan research untuk kebutuhan pembuatan UI/UX juga akan dapat memahami penyusunan User Journey.
4. Mahasiswa dapat menerapkan hasil brief dan research kedalam Wireframe .
5. Mahasiswa dapat membuat User Interface dengan tools yang sering digunakan pada Design System.
6. Mahasiswa dapat memahami konsep dan menerapkan UX Writing.
7. Mahasiswa dapat membuat Prototyping dari desain yang telah dibuat.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini bertujuan untuk mempersiapkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa Bisnis Digiital sebagai UI/UX Designer untuk membantu tim produk dalam mengimplementasikan ide dan solusi dari suatu masalah ke dalam produk digital dalam bentuk visualisasi. UI/UX Designer dibutuhkan untuk mendesain User Experience dan User Interface dari hasil riset serta feedback pengguna hingga membuat prototype.

Referensi

1. Hartson, R., & Pyla, P. S. (2018). *The UX book: Agile UX design for a quality user experience*. Morgan Kaufmann.
2. Cabrera, J. (2017). *Modular design frameworks: A projects-based guide for UI/UX designers*. Apress.
3. Craftsman, J. (2017). *UI/UX Designer's Daily Sketchbook*.
4. Cadiz, C. (2018). *Responsive Web & Mobile Device UI/UX Design Notebook: User Interface Experience Design Rapid Prototype*

Nama Mata Kuliah : Data Security Management

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep pengertian, manfaat dan dampak dari data security management bagi bisnis digital.
2. Mahasiswa dapat membedakan jenis-jenis ancaman keamanan pada system bisnis digital
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang kebijakan dan hukum yang melindungi keamanan data pelanggan.
4. Mahasiswa dapat mengimplementasikan perilaku etis yang mendukung proses data security management.
5. Mahasiswa dapat memberikan solusi atas permasalahan/kasus tentang data security.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa untuk menggunakan dasar-dasar teoritis dan konseptual untuk meningkatkan perilaku keamanan informasi dan mengembangkan keterampilan dalam konteks yang berhubungan dengan pekerjaan di perusahaan swasta, publik atau pemerintah. Mata kuliah ini dirancang untuk menilai keputusan dan kebijakan untuk meningkatkan manajemen keamanan informasi. Keterlibatan akademik akan mencakup topik-topik berikut: (i) pengembangan kebijakan, (ii) analisis dan manajemen risiko, (iii) penyebaran informasi keamanan, pendidikan dan pelatihan kesadaran, (iv) kepatuhan hukum, dan (v) perilaku etis dan hukum.

Referensi

1. Fay, J. (2005). *Contemporary security management*. Elsevier.
2. Calder, A. (2008). *IT Governance: a Manager's Guide to Data Security and ISO 27001/ISO 27002*, 4.
3. Winkler, V. J. (2011). *Securing the Cloud: Cloud computer Security techniques and tactics*. Elsevier.
4. Tipton, H. F., & Krause, M. (2007). *Information security management handbook*. CRC press.
5. Tiwari, P. K., & Joshi, S. (2016). Data security for software as a service. In *Web-based services: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 864-880). IGI Global.

Nama Mata Kuliah : Artificial Intelligence

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa memahami pengetahuan paling mendasar tentang manfaat implementasi AI di bisnis digital.
2. Mahasiswa memahami algoritma pencarian dasar untuk pemecahan masalah; representasi pengetahuan dan penalaran; pengenalan pola; fuzzy logic; dan neural networks.
3. Mahasiswa dapat mengimplementasikan teknologi berbasis AI untuk pengambilan keputusan bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Kecerdasan buatan (AI) adalah bidang penelitian yang mempelajari bagaimana mewujudkan perilaku manusia yang cerdas di komputer. Topik utama dalam mata kuliah AI meliputi: pemecahan masalah, penalaran, perencanaan, natural language programming, computer vision, pemrograman otomatis, dan machine learning.

Referensi

1. Hunt, E. B. (2014). *Artificial intelligence*. Academic Press.
2. Al-Turjman, F. (Ed.). (2019). *Artificial intelligence in IoT*. Springer.
3. Joshi, P. (2017). *Artificial intelligence with python*. Packt Publishing Ltd.
4. Warwick, K. (2013). *Artificial intelligence: the basics*. Routledge.
5. Rabelo, L., Bhide, S., & Gutierrez, E. (2017). *Artificial intelligence: Advances in research and applications*.

Nama Mata Kuliah : Simulasi Bisnis Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami proses pengambilan keputusan di dalam perusahaan
2. Mahasiswa dapat memahami pengaruh pengambilan keputusan terhadap kinerja perusahaan
3. Mahasiswa dapat mengevaluasi kinerja perusahaan dari aspek fungsional perusahaan
4. Mahasiswa dapat mengimplementasikan strategi pemasaran, operasional dan keuangan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan pengembalian investasi.

Deskripsi Mata Kuliah

Simulasi Bisnis adalah mata kuliah bisnis praktis dan integratif yang mengharuskan tim siswa untuk mengoperasikan bisnis start-up yang disimulasikan. Bertindak sebagai dewan direksi, mahasiswa menetapkan arah bagi perusahaan untuk membangun bisnis dengan membuat keputusan terkait strategi, keuangan, pasar, operasi, kepegawaian, dan inovasi. Ini bertujuan untuk mendorong pengambilan keputusan interdisipliner dalam lingkungan yang tidak pasti dan untuk mempersiapkan siswa untuk masalah dan masalah bekerja di dunia yang berubah dan tidak

pasti. Simulasi Bisnis dibangun di sekitar simulasi bisnis berbasis komputer dari sebuah perusahaan teknologi yang baru berdiri. Mahasiswa dibentuk menjadi tim perusahaan yang terdiri dari enam atau lebih anggota yang akan mengalokasikan diri mereka sendiri ke dalam peran dewan direktur yang berbeda (Strategi, Keuangan, Pemasaran, Operasi, SDM / Organisasi dan Inovasi) untuk mengelola perusahaan simulasi mereka melalui serangkaian dari lima putaran simulasi yang mewakili dua tahun dalam kehidupan perusahaan. Tujuan dari mata kuliah ini adalah untuk menyediakan lingkungan belajar pengalaman dimana konektivitas dari berbagai fungsi dalam bisnis dibuat eksplisit.

Referensi

1. Goi, C. L. (2021). Business Simulation Games: A Direction in the New Era of Teaching and Learning. In *Handbook of Research on Analyzing IT Opportunities for Inclusive Digital Learning* (pp. 65-76). IGI Global.
2. Fregetto, E. (2005, January). Business plan or business simulation for entrepreneurship education. In *19th Annual National Conference Proceedings for the United States Association for Small Business and Entrepreneurship, Indian Wells CA* (Vol. 1).
3. Laguna, M., & Marklund, J. (2018). *Business process modeling, simulation and design*. Chapman and Hall/CRC.

Nama Mata Kuliah : Digital Crowdfunding

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami proses dan model bisnis digital crowdfunding.
2. Mahasiswa dapat memahami metode kampanye crowdfunding untuk inisiasi bisnis/proyek
3. Mahasiswa dapat mempraktekkan pengembangan produk baru, menulis deskripsi proyek, membuat video dalam aktivitas digital crowdfunding.

Deskripsi Mata Kuliah

Crowdfunding sebagai praktik telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi cara baru bagi usaha wirausaha, atau bahkan individu, untuk mendapatkan modal ventura . Crowdfunding adalah model keuangan berbasis Internet yang mendukung upaya pengusaha dalam mengumpulkan dana untuk proyek mereka dari sejumlah besar individu, daripada melalui perantara keuangan tradisional. Mata kuliah bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang platform crowdfunding sebagai model keuangan Internet yang sedang berkembang, dan bagaimana peluang crowdfunding bagi calon wirausahawan untuk mengatasi masalah pendanaan, pemasaran, dan distribusi. Mata kuliah dapat membantu mahasiswa mengembangkan pemahaman yang lebih baik dan sistematis

tentang cara mengumpulkan dana, menunjukkan permintaan, dan terlibat dalam pemasaran. Oleh karena itu, pendidikan crowdfunding dapat membantu siswa siap menghadapi sifat pekerjaan kewirausahaan kontemporer yang terus berkembang.

Referensi

1. Ryu, S. (2019). *Beauty of crowdfunding: Blooming creativity and innovation in the digital era*. Routledge.
2. Moretti, F. (2021). Crowdfunding: A New Type of Solidarity for the Digital Era. In *Multidisciplinary Approaches to Crowdfunding Platforms* (pp. 84-108). IGI Global.
3. Benna, U. G., & Benna, A. U. (Eds.). (2018). *Crowdfunding and sustainable urban development in emerging economies*. IGI Global.

Nama Mata Kuliah : Cloud Computing

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa memahami konsep tentang jaringan komputer, evolusi jaringan komputer dan kegunaannya, kelebihan dan kekurangan jaringan Komputer & model referensi.
2. Mahasiswa memahami tentang LAN Architecture, LAN topologies- Bus/ Tree LAN, Ring LAN, Star LAN, Wireless LAN, Ethernet and Fast Ethernet, Token Ring
3. Mahasiswa mampu Mengidentifikasi layer aplikasi dan layer data link, Application Layer Protocols: HTTP, FTP, SMTP, DNS.
1. deteksi dan koreksi kesalahan, protokol lapisan tautan data, protokol jendela geser.
4. Mahasiswa mampu mengidentifikasi lapisan akses media
2. Masalah alokasi saluran, beberapa protokol akses.
5. Mahasiswa mampu memahami network layer Pengenalan, Router, Konsep layer network, shortest path routing, flooding, distance vector routing, link state routing (tanpa algoritma), kontrol kongesti dan kualitas layanan, internetworking, IP, IPv4 Addressing vs Ipv6
6. Mahasiswa mampu mehamai layer transport, elemen protokol transport, TCP dan UDP.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini memberikan pengetahuan terpadu dan mendasar tentang bidang luas jaringan komputer. Selain itu, dunia kerja Jaringan Komputer yang mudah dipahami dan sangat relevan diperkenalkan dalam Pendekatan top down. Pengantar intranet dan server intranet dan browser, jaringan dan server jaringan, LAN/WAN, teknologi internetworking, model referensi OSI untuk protokol jaringan, CSMA/CD, implementasi TCP/IP

Referensi

1. Buyya, R., Broberg, J., & Goscinski, A. M. (Eds.). (2010). *Cloud computing: Principles and paradigms*. John Wiley & Sons.
2. Velte, A. T., Velte, T. J., Elsenpeter, R. C., & Elsenpeter, R. C. (2010). *Cloud computing: a practical approach*.
3. Rittinghouse, J. W., & Ransome, J. F. (2017). *Cloud computing: implementation, management, and security*. CRC press.
4. Chandrasekaran, K. (2014). *Essentials of cloud computing*. CrC Press.
5. Sehgal, N. K., & Bhatt, P. C. (2018). *Cloud computing*. Heidelberg: Springer.
6. Nayyar, A. (2019). *Handbook of Cloud Computing: Basic to Advance research on the concepts and design of Cloud Computing*. BPB Publications.
7. Srinivasan, S. (2014). *Cloud computing basics*. Springer.

Nama Mata Kuliah : Etika Blsnis Digital 2

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menerapkan cara berpikir kontemporer tentang etika ranah bisnis digital.
2. Mahasiswa mampu memberikan analisa berupa jawaban dan solusi atas pertanyaan, refleksi kritis dan menemukan argumentasi yang kuat dengan penalaran kritis terhadap kasus etika bisnis.
3. Mahasiswa dapat memahami peran dalam sebuah perusahaan, untuk mencerminkan konsekuensi dari tindakan dan justifikasi keputusan bisnis.

Deskripsi Mata Kuliah

Etika bisnis adalah bidang studi yang mencakup pertanyaan umum tentang praktik ekonomi dan teori etika, tanggung jawab sosial perusahaan, profesionalisme, struktur pengambilan keputusan ekonomi dan perusahaan, hak karyawan, dan lingkungan. dan isu-isu global. Mata kuliah ini mencakup empat fokus i: Etika bisnis dan teori normatif, Etika bisnis dan disiplin bisnis, Isu dalam etika bisnis, dan Studi kasus dalam etika bisnis. Dengan mengembangkan alat analisis, mahasiswa akan dapat menganalisis dan mengevaluasi masalah dan teori dalam bidang etika bisnis. Kemampuan untuk menilai secara kritis isu-isu bisnis dari sudut pandang etika dilakukan dengan analisis teks dan studi kasus.

Referensi

1. Bowie, N. E. (2013). *Business ethics in the 21st century*. Springer.
2. Crane, A., Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. J. (2019). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press, USA.
3. Becker, C. U. (2018). *Business ethics: methods and application*. Routledge.

Nama Mata Kuliah : Seminar Bisnis Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami dengan baik penulisan ilmiah, dimulai dari perumusan masalah, metodologi penelitian, sampai dengan membuat kesimpulan.
2. Mahasiswa mampu melakukan penelusuran pustaka sehingga tidak terjadi pengulangan dalam kajiannya tetapi memiliki unsur kebaruan dalam bidang teknologi informasi.
3. Mahasiswa mampu menghasilkan sebuah penelitian atau proyek bisnis digital dengan ragam tema/topik, baik mengenai analisis, desain, dan program aplikasi secara offline maupun online dengan memahami perkembangan teknologi informasi mutakhir.

Deskripsi Mata Kuliah

Merupakan mata kuliah pembulat studi, yaitu mata kuliah yg dibuka untuk mahasiswa dalam rangka pengambilan tugas akhir secara mandiri yang dibimbing oleh sekitar 2 dosen pembimbing. Tugas akhir yang dikerjakan dapat dalam bentuk penelitian/proyek kajian kewirausahaan digital, pemasaran digital sistem informasi, analisis dan perancangan sistem, atau pembuatan program aplikasi dengan kebaruan hasil capaiannya.

Referensi

1. Aagaard, A., Aagaard, A., & Harrison. (2019). *Digital business models*. Cham: Springer International Publishing.
2. Darics, E. (Ed.). (2015). *Digital business discourse*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
3. Morabito, V. (2014). *Trends and challenges in digital business innovation*. New York: Springer International Publishing.
4. Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2022). *Business research methods*. Oxford university press.
5. Easterby-Smith, M., Jaspersen, L. J., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and business research*. Sage.

Nama Mata Kuliah : Riset Pemasaran

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menyusun desain riset pemasaran yang sesuai untuk riset identifikasi masalah dan riset pemecahan masalah.
2. Mahasiswa mampu melakukan riset pemasaran dalam lingkup terbatas dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti *machine learning* dan perangkat analitika.
3. Mahasiswa mampu menyusun laporan riset pemasaran sesuai kaidah penulisan ilmiah.
4. Mahasiswa mampu membuktikan bahwa riset pemasaran dan hasilnya telah dilakukan sesuai kaidah dalam riset pemasaran.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah Riset Pemasaran diberikan kepada mahasiswa S1 Bisnis Digital konsentrasi pemasaran digital tingkat akhir untuk mendalami lebih lanjut metodologi dan teknik-teknik dalam melakukan penelitian bidang pemasaran. Melalui mata kuliah ini mahasiswa akan belajar peran riset pemasaran dalam pengambilan keputusan manajemen, merumuskan permasalahan menjadi suatu desain penelitian, mendesain instrumen pengumpulan data, mengumpulkan dan menyiapkan data, melakukan analisis data menggunakan berbagai teknik statistik, hingga menuliskan dan menyajikan hasil analisis data dalam suatu tulisan ilmiah. Metode pembelajaran yang diterapkan adalah konstruktivis berbasis mahasiswa, dimana mahasiswa aktif dalam mencari sumber belajar dan mengkonstruksi pengetahuannya sesuai dengan tujuan belajar. Strategi belajar yang diterapkan adalah *project based-learning*, dimana mahasiswa diberikan tugas terstruktur untuk merancang dan melaksanakan riset pemasaran sesuai dengan masalah dan pendekatan riset yang disepakati dengan dosen. Output mata kuliah ini adalah laporan riset pemasaran yang dipresentasikan dalam diskusi kelas.

Referensi

1. Visser, M., Sikkenga, B., & Berry, M. (2019). *Digital marketing fundamentals: from strategy to ROI*. Routledge.
2. Ghorbani, Z., Kargaran, S., Saberi, A., Haghhighinasab, M., Jamali, S. M., & Ale Ebrahim, N. (2022). Trends and patterns in digital marketing research: bibliometric analysis. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2), 158-172.
3. Miklosik, A., Kuchta, M., Evans, N., & Zak, S. (2019). Towards the adoption of machine learning-based analytical tools in digital marketing. *Ieee Access*, 7, 85705-85718.
4. Duvvuri, V. (2021). Expanding Digital Marketing Campaigns With Machine Learning Built Lookalike Audiences Having Varying Prior User Characteristics. In *Marketing and Smart Technologies* (pp. 201-212). Springer, Singapore.
5. Ahsain, S. (2020, October). Data mining and machine learning techniques applied to digital marketing domain needs. In *The Proceedings of the Third International Conference on Smart City Applications* (pp. 730-740). Springer, Cham.

6. Hwang, Y. H. (2019). *Hands-on data science for marketing: Improve your marketing strategies with machine learning using Python and R*. Packt Publishing Ltd.
7. Brei, V. A. (2020). Machine learning in marketing: Overview, learning strategies, applications, and future developments. *Foundations and Trends® in Marketing*, 14(3), 173-236.

Nama Mata Kuliah : Algoritma

Pemrograman

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu memahami konsep algoritma dan pemrograman
2. Mahasiswa mampu merancang algoritma yang tepat untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan notasi algoritmik.
3. Mahasiswa mampu mengaplikasikan algoritma dalam pemrograman.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah ini membahas tentang teori, konsep dan praktik tentang pemrograman dasar. Materi yang dipelajari mencakup Pengenalan algoritma, notasi algoritmik, struktur logika pemrograman berupa sekuensial, seleksi, perulangan, mengenal metode searching dan sorting serta memecahkan permasalahan menggunakan algoritma pemrograman.

Referensi

1. Kadir, Abdul. (2019). *Logika Pemrograman Python*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
2. Raharjo, Budi. (2019). *Kumpulan Solusi Pemrograman Python Edisi Revisi*. Bandung: Informatika.
3. Wendi Zarman, & Mochamad Fajar Wicaksono. (2020). *Implementasi Algoritma dalam Bahasa Python*. Bandung: Informatika Bandung.

Nama Mata Kuliah : Dasar Teknologi

Informasi

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu menjelaskan komponen-komponen dan fungsi teknologi informasi, serta perannya dalam
2. organisasi
3. Mahasiswa mampu mengidentifikasi teknologi informasi yang memungkinkan bentuk-bentuk baru komunikasi,
4. kolaborasi, dan kemitraan yang dapat diterapkan oleh organisasi.
5. Mahasiswa dapat menyikapi permasalahan bisnis organisasi di lingkungan nasional & global yang dapat

6. diselesaikan dengan bantuan teknologi informasi.

Deskripsi Mata Kuliah

Dunia bisnis digital menyajikan tantangan baru dan menarik setiap waktu. Peran strategis teknologi informasi tersebut perlu dimanfaatkan oleh organisasi/perusahaan dalam mengelola operasional bisnis, mendukung pengambilan keputusan, hingga meraih keunggulan kompetitif secara efektif. Oleh karena itu, praktisi perusahaan perlu memahami tren bisnis digital terkini beserta tantangannya, aplikasinya dalam bisnis perusahaan, serta pengembangannya untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Kegiatan dalam perkuliahan ini akan dilakukan secara mandiri dan juga berkelompok dengan metode *discovery learning* dan *Group discussion* agar dapat membiasakan mahasiswa untuk tanggap terhadap perkembangan teknologi informasi dan terlibat aktif menyampaikan gagasan pendayagunaan dan pengembangan teknologi sistem informasi.

Referensi

1. Edi Noersasongko, Pulung Nurtantio Andono, T. Sutojo. 2019. Pengantar Teknologi Informasi. Penerbit Andi.
2. Richardus Eko Indrajit. 2017. Sistem dan Teknologi Informasi. Preinexus.

Nama Mata Kuliah : Project Negotiation

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami bentuk-bentuk negosiasi proyek
2. Mahasiswa dapat memahami desain pitch-deck untuk inisiasi start-up.
3. Mahasiswa dapat mempraktekkan pitch-deck investor dan mendapatkan evaluasi dari praktisi.
4. Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi suksesnya (CSF) negosiasi proyek.
5. Mahasiswa dapat memahami dan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan (CSF) pitch-deck.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini akan sangat memperluas pemahaman tentang negosiasi dalam beberapa cara. Pertama, mahasiswa akan mengalami berbagai situasi negosiasi secara langsung di dalam kelas. Kedua, mahasiswa akan belajar bagaimana menganalisis pengalaman menggunakan wawasan yang dikumpulkan dari penelitian psikologis selama beberapa dekade tentang penilaian sosial, kognisi sosial, dan pengambilan keputusan. Ketiga, mahasiswa akan dapat menerima umpan balik atas kinerjanya. Tujuan mata kuliah ini adalah untuk mengembangkan keterampilan presentasi yang dikembangkan dengan berfokus pada tantangan unik yang dihadapi pengusaha saat mengkomunikasikan rencana bisnis mereka kepada investor. Mahasiswa mengembangkan *pitch deck* mereka dan belajar

untuk secara ringkas mengomunikasikan deskripsi bisnis start-up mereka, proposisi nilai, peluang pasar, dan potensi pendapatan. Mahasiswa akan menerima pembinaan dari pengusaha sukses, dan akan memiliki kesempatan untuk menyampaikan ide bisnis mereka kepada investor.

Referensi

1. Baehr, E., & Loomis, E. (2015). *Get Backed: Craft Your Story, Build the Perfect Pitch Deck, and Launch the Venture of Your Dreams*. Harvard Business Review Press.
2. Josef, A., Van Lepp, A., & Carper, M. D. (2022). Pitch Deck Perfection. In *The Business of Indie Games* (pp. 113-136). CRC Press.
3. Kamps, H. J. (2020). Pitch Deck Design. In *Pitch Perfect* (pp. 15-20). Apress, Berkeley, CA.
4. Berinato, S., Baehr, E., & Loomis, E. (2019). *Get Your Venture Backed with Persuasive Data Viz: An HBR Collection for Building the Perfect Pitch Deck*. Harvard Business Press.

Nama Mata Kuliah : Konsultan Blsnis Digital

Dosen : Tim

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa dapat menganalisis secara kritis sifat dan karakteristik konsultasi dan peran konsultan dalam menyelesaikan masalah organisasi dalam konteks lokal, nasional, dan global.
2. Mahasiswa dapat meneliti, menganalisis, mengevaluasi, dan mengusulkan opsi bisnis yang praktis dan bertanggung jawab mengingat kendala proyek dalam pekerjaan konsultasi
3. Mahasiswa dapat membedakan kewajiban utama, tata kelola, dan masalah etika yang terlibat dalam pekerjaan konsultasi.
4. Mahasiswa dapat berpikir kritis dan reflektif menggunakan penatalayanan, kepercayaan, dan pengetahuan yang dikembangkan di unit ini saat menangani proyek bisnis berbasis masalah tertentu.
5. Mahasiswa dapat mengevaluasi dan menerapkan atribut utama yang dicari oleh perusahaan dalam keterlibatan konsultan manajemen termasuk keterampilan interpersonal, manajemen waktu, kesadaran komersial, inisiatif dalam ambiguitas, pembelajaran mandiri dan keterampilan kolaborasi tim, dan mengkomunikasikan hasilnya secara efektif kepada pemangku kepentingan.

Deskripsi Mata Kuliah

Konsultasi bisnis adalah salah satu arah karir utama yang diambil oleh lulusan dalam bisnis digital. Namun, untuk menjadi konsultan yang efektif dan beretika, ada keterampilan utama yang terkait dengan penatalayanan dan kepercayaan yang harus dikembangkan individu selain keahlian disiplin khusus mereka. Mata kuliah ini memberikan gambaran tentang industri konsultasi, karakteristiknya dan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkembang dalam konsultasi. Siswa diberi

kesempatan untuk mengembangkan keterampilan ini dengan cara yang praktis dan terapan melalui melakukan peluang konsultasi bisnis khusus dengan klien nyata dari sektor nirlaba, bukan nirlaba atau pemerintah. Tujuan dari unit ini adalah agar siswa mengalami proyek konsultasi dan menghargai perbedaan antara tuntutan pekerjaan berdasarkan proyek organisasi yang luas berbeda dengan jalur karir berbasis disiplin tunggal.

Referensi

1. Nissen, V., Nissen, V., & Rauscher. (2019). *Advances in consulting research*. Springer International Publishing.
2. Verlander, E. G. (2012). *The practice of professional consulting*. John Wiley & Sons.
3. Stroh, L. K., & Johnson, H. H. (2006). *The basic principles of effective consulting*. Psychology Press.
4. Morrison, R. (2006). Business Consulting: A Guide to How It Works and How to Make It Work. *Consulting to Management*, 17(1), 60.