

	<b>FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA</b>		
	<b>SILABUS PEMASARAN OLAHHRAGA</b>		
	No: SIL/SMO 307/17	Revisi : 00	Tgl.1Agst 2012
	Semester VII		-
		16 X Pertemuan	Hal.1-4

Fakultas	: Ilmu Keolahragaan
Program Studi	: IKORA
Mata Kuliah	: Pemasaran Olahraga
Kode Mata Kuliah	: SMO 307
Jumlah SKS	: Teori 2 SKS, Praktik 1 SKS
Semester	: VII
Mata Kuliah Prasyarat & Kode	: -
Dosen	: Sulistyono, M.Pd.

### **I. DESKRIPSI MATA KULIAH**

Mata kuliah Pemasaran Olahraga mata kuliah konsentrasi manajemen olahraga wajib lulus dengan bobot teori 2 SKS dan praktik 1 SKS pada semester VII. Pada Matakuliah ini akan membahas konsep dasar pemasaran, periklanan, perilaku konsumen, perencanaan dan pemasaran olahraga, kebugaran dan kesehatan. Metode penyajian kuliah meliputi ceramah, dan diskusi. Untuk itu mahasiswa harus dapat menyusun tugas-tugas baik secara terstruktur, maupun mandiri.

### **II. STANDAR KOMPETENSI MATA KULIAH**

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami konsep dasar pemasaran, periklanan, perilaku konsumen, perencanaan dan pemasaran olahraga, kebugaran dan kesehatan.

Diperiksa Oleh	Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi dokumen tanpa ijin tertulis dari Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta	Dibuat Oleh :
Kajur PKR		Tim Pengampu



**FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS PEMASARAN OLAHRAHA**

No: SIL/SMO 307/17

Revisi : 00

Tgl. 1Agst 2012

Hal. 1-4

Semester VII

-

16 X Pertemuan

**III. RENCANA KEGIATAN**

<b>Tatap Muka Ke-</b>	<b>Kompetensi Dasar</b>	<b>Materi Pokok</b>	<b>Strategi Perkuliahan</b>	<b>Sumber Bahan/Referensi</b>
1	Mampu mengetahui dan memahami pengertian pemasaran	Pemasaran (Pengantar Pemasaran Olahraga)	Perkuliahan tatap muka	C & A, D
2	Mampu memahami tujuan dan konsep pemasaran, serta pengertian jasa	Tujuan pemasaran, Konsep pemasaran, Pengertian Jasa (Memasarkan Olahraga)	Perkuliahan Tatap muka	C & A, B
3	Mampu memahami klasifikasi jasa, karakteristik jasa, bauran pemasaran	Klasifikasi Jasa, Karakteristik Jasa, Bauran Pemasaran	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B & A
4	Mampu memahami karakteristik pemasaran dan lingkungan	Karakteristik Pemasaran dan Lingkungan	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	C
5	Mampu memahami bauran pemasaran/periklanan	Bauran pemasaran/periklanan	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	C & D
6	Mampu memahami perilaku konsumen	Perilaku konsumen	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B & E
7.	Mampu memahami perencanaan pemasaran	Perencanaan Pemasaran	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B & D
8.	Mampu mengidentifikasi karakteristik hasil produk	Karakteristik Hasil Produk	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B & E
9.	Mampu memahami rencana kebutuhan dan penggunaan dana	Rencana Kebutuhan dan Penggunaan Dana	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B
10.	Mampu memahami	Pengertian Kualitas	Perkuliahan	B

Diperiksa Oleh  Kajur PKR	Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi dokumen tanpa ijin tertulis dari Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta	Dibuat Oleh :  Tim Pengampu
---------------------------------	---	-----------------------------------



FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

SILABUS PEMASARAN OLAH RAGA

No: SIL/SMO 307/17

Revisi : 00

Tgl.1Agst 2012

Hal.1-4


Semester VII

-

16 X Pertemuan

	pengertian kualitas jasa, konsep kualitas jasa	Jasa, Konsep Kualitas jasa	Tatap muka, Diskusi	
11.	Mampu memahami dimensi kualitas jasa	Dimensi Kualitas Jasa	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	A
12.	Mampu mengidentifikasi prinsip-prinsip kualitas jasa  Mampu melakukan pengukuran kualitas jasa	Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa  Pengukuran Kualitas Jasa	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	B, D
13.	Mampu mendefinisikan media dan media pemasaran  Menggambarkan bagaimana media berhubungan dengan pemasaran olahraga	Pemasaran olahraga dan Media baru	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	D
14.	Mampu mengidentifikasi dan memberikan kepuasan langganan	Kepuasan Langganan	Perkuliahan Tatap muka, Diskusi	A, B
15	Mampu merancang pemasaran olahraga	Merancang Pemasaran Olahraga	Presentasi dan diskusi per kelompok	A, B, C, D, E
16	Menguasai pemasaran di bidang kebugaran dan kesehatan	Pemasaran di bidang kebugaran dan kesehatan	Tatap muka, diskusi, praktik di pusat kebugaran maupun kesehatan	C

Diperiksa Oleh  Kajur PKR	Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi dokumen tanpa ijin tertulis dari Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta	Dibuat Oleh :  Tim Pengampu
---------------------------------	---	-----------------------------------

	<b>FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA</b>			
	<b>SILABUS PEMASARAN OLAHRAGA</b>			
	No: SIL/SMO 307/17	Revisi : 00	Tgl.1Agst 2012	Hal.1-4
	Semester VII		-	16 X Pertemuan

#### IV. REFERENSI/SUMBER BAHAN

##### A. Wajib:

- A. Agung Nugroho. (2000). *Majalah Ilmiah Olahraga: Pemasaran Jasa Bidang Olahraga*. Yogyakarta: FIK-UNY.
- B. Fandi Ciptono. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- C. Tarsis Tarmudji. (1991). *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Liberti.

##### B. Anjuran

- D. Brooks CM. (1988). *Sports Marketing: Competitive Business Strategies for Sports*. New Jersey: PRENTICE HALL.
- E. Parks JB, Zanger BRK, Quarterman J. (1997). *Contemporary Sport Management*. Bowling Green State University: Human Kinetics.

#### V. EVALUASI

NO	KOMPONEN EVALUASI	BOBOT (%)
1	Partisipasi kuliah	5 %
2	Tugas-tugas	15 %
3	Ujian Tengah Semester	30%
4	Ujian Semester	50%
Jumlah		100%

Diperiksa Oleh	Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi dokumen tanpa ijin tertulis dari Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta	Dibuat Oleh :
Kajur PKR		Tim Pengampu