

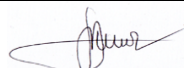

	UNIVERSITAS ESA UNGGUL	Kode/Nomor: MKT.UEU/SOP-004/00
		Tanggal: 31 Januari 2019
	BIRO PEMASARAN	Revisi: 00
		Halaman: 1 dari 5

PROSEDUR KERJA PROMOSI DAN PUBLIKASI

Proses	Penanggung Jawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	
1. Perumusan	Lefin Kafindra,S.P.	Kepala Bagian Pemasaran		31 Januari 2019
2. Pemeriksaan	Cicilia Sreliasta Bangun, ST., MT	Ka Biro Pemasaran		1 Februari 2019
3. Persetujuan	Dra. Suryari Purnama, MM	Wakil Rektor Bidang Pengembangan Institusi		4 Februari 2019
4. Pengendalian	Mukhamad Abduh, ST, MT	Kepala KPM		5 Februari 2019

Visi, Misi, dan Tujuan Universitas

Visi:

Menjadi perguruan tinggi kelas dunia berbasis intelektualitas, kreatifitas dan kewirausahaan, yang unggul dalam mutu pengelolaan dan hasil pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi pada tahun 2033.

Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan yang bermutu dan relevan.
2. Menyelenggaraan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang relevan dengan tantangan nasional serta global.
3. Menciptakan suasana akademik yang kondusif.
4. Memberikan pelayanan prima bagi seluruh pemangku kepentingan.

Tujuan:

1. Dihasilkannya sumber daya manusia yang berkarakter dan berdaya saing tinggi.
2. Adanya kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, serta kesejahteraan umat manusia.
3. Tumbuh berkembangnya Universitas Esa Unggul menjadi perguruan tinggi yang sehat dan mandiri.
4. Perguruan Tinggi yang bereputasi unggul.

Definisi Istilah

- Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif.
- Publikasi adalah pengumuman atau penerbitan; membuat konten yang diperuntukkan bagi publik atau umum.
- Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.
- Alat pemasaran meliputi booklet, brosur, poster dan spanduk.
- Materi publikasi dan promosi di media cetak dan website disusun sesuai informasi masing-masing program studi yang dibuka Universitas Esa Unggul.

Tujuan Prosedur

Prosedur ini dibuat sebagai pedoman promosi dan publikasi dalam memasarkan program pendidikan / program studi yang dibuka di Universitas Esa Unggul.

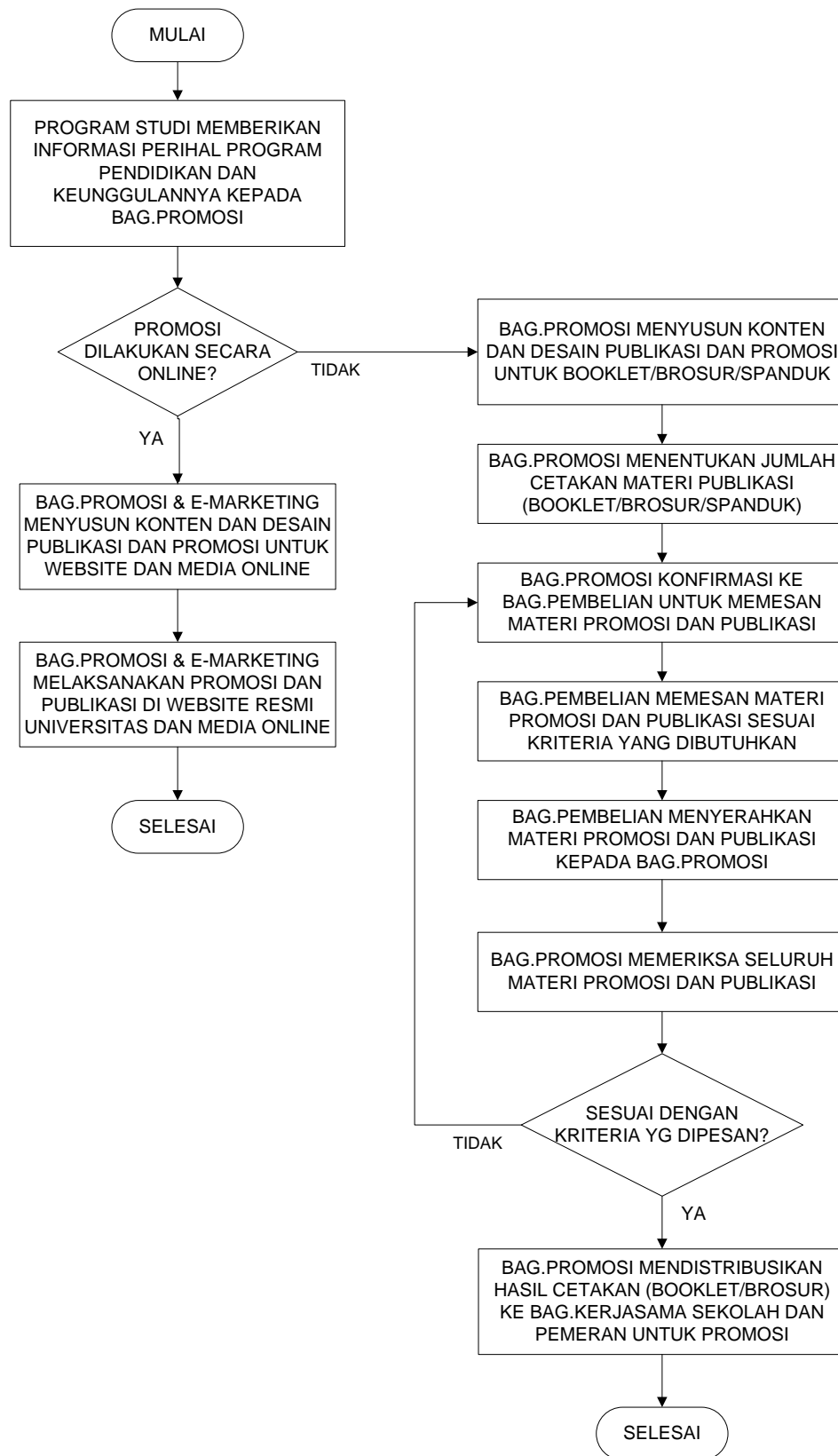
Luas Lingkup Prosedur

Luas lingkup prosedur berkaitan dengan bagian administrasi dan promosi, serta bagian pengadaan.

Prosedur

<u>No</u>	<u>Uraian</u>	<u>Pelaksana</u>
1.	Memberikan informasi seputar program pendidikan, keunggulan, dan seluk beluk mengenai program studinya kepada bagian administrasi dan promosi	Program Studi
2.	Menyusun konten dan desain publikasi dan promosi untuk booklet, brosur, spanduk, maupun informasi di website	Bagian Administrasi dan Promosi, Web Marketing
3.	Menentukan jumlah cetakan booklet, brosur, dan spanduk	Bagian Administrasi dan Promosi
4.	Melakukan konfirmasi atau koordinasi ke bagian pembelian untuk segera memesan material promosi sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan	Bagian Administrasi dan Promosi
5.	Melakukan pemesanan material promosi seperti yang telah ditentukan bagian administrasi dan promosi, serta menyerahkannya kepada bagian administrasi dan promosi.	Bagian Pengadaan
6.	Memeriksa seluruh material promosi yang diberikan bagian pengadaan dan memastikan material promosi tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.	Bagian Administrasi dan Promosi
7.	Mendistribusikan hasil cetakan kepada bagian kerjasama sekolah dan pameran sebagai alat promosi	Bagian Administrasi dan Promosi, serta Program Reguler
8.	Menentukan materi promosi dan publikasi di media website Universitas Esa Unggul dan media online lainnya.	Bagian Administrasi dan Promosi, Program Reguler, e-Marketing
9.	Melaksanakan promosi dan publikasi di media website Universitas Esa Unggul dan media online lainnya.	Bagian Administrasi dan Promosi, Program Reguler, e-Marketing

Bagan Alir Prosedur



Kualifikasi Petugas yang menjalankan Prosedur

1. Bagian Administrasi dan Promosi harus memiliki kemampuan menyusun informasi dan desain ke media cetakan.
2. Bagian Kerjasama Sekolah memiliki kemampuan presentasi dan komunikasi dengan guru dan siswa SLTA.
3. Bagian e-Marketing memiliki kemampuan menyusun informasi untuk keperluan publikasi di website.
4. Bagian Pengadaan mampu berkoordinasi dengan Bagian Administrasi dan Promosi untuk pengadaan dan ketersediaan material promosi.

Dokumen Terkait

1. Booklet, brosur, spanduk, poster.
2. Penanganan publikasi informasi admisi.

Referensi

- Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Publikasi>.