

# Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa

Thank you unconditionally much for downloading **Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa**. Most likely you have knowledge that, people have see numerous period for their favorite books in the same way as this Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa, but stop happening in harmful downloads.

Rather than enjoying a good ebook subsequent to a cup of coffee in the afternoon, then again they juggled like some harmful virus inside their computer. **Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa** is easy to get to in our digital library an online right of entry to it is set as public fittingly you can download it instantly. Our digital library saves in complex countries, allowing you to acquire the most less latency times to download any of our books afterward this one. Merely said, the Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa is universally compatible behind any devices to read.

*Jenis Jenis Iklan Layanan Jasa* Downloaded from [biblioteca.undar.edu.pe](http://biblioteca.undar.edu.pe) by guest

## LARSON LEBLANC

Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi) Kencana Dewasa ini, media sosial tidak hanya terbatas sebagai media personal namun juga sebagai media kampanye politik. Kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial untuk membagikan gambar, video, dan berita, telah dimanfaatkan oleh politikus daerah maupun nasional. Twitter, Instagram, Facebook, sampai Youtube, merupakan sarana budaya populer yang telah menjadikan politikus sebagai “selebritis”, seperti yang dilakukan Joko Widodo pada kampanye pemilihan

Gubernur DKI Jakarta 2012. Sosial media sebagai budaya populer mempunyai peran dalam mengubah karakter dan perilaku masyarakat dalam keterbukaan dan memberikan respon aktif terhadap suatu fenomena, seperti hashtag dalam Twitter. Melalui hashtag Twitter juga, masyarakat diberikan kemudahan untuk mencari informasi sesuai dengan kebutuhan mereka.

### **Komunikasi Serba Ada Serba Makna**

Feniks Muda Sejahtera  
1. Pembuatan buku mengacu pada “Desain Pengembangan Soal AKM” dari Pusat Asesmen dan Pembelajaran Kemendikbud. 2. Ringkasan materi dan paket soal disesuaikan dengan panduan yang terdapat pada Desain Pengembangan Soal AKM.

3. Pengembangan soal merujuk pada soal PISA dan TIMSS. 4. Setiap soal diberi skor penilaian sesuai dengan tingkat kesulitan soal. 5. Sangat cocok digunakan untuk siswa yang akan menghadapi AKM. Buku persembahkan penerbit Bmedia #Agromedia **Irama visual** Gramedia Widiasarana Indonesia Buku ini berisikan buku referensi yang memuat teks iklan slogan dan poster. Buku ini dilengkapi contoh dan latihan soal sehingga pembaca lebih memahami **Analisis Wacana** Bmedia Buku Tren Bisnis Digital ini, sangat cocok untuk dibaca oleh pelaku usaha untuk memulai dan mengembangkan bisnis menggunakan teknologi digitalisasi, disusun dan dirancang oleh dosen dan praktisi Bisnis Digital

secara sistematis, menyajikan materi lengkap, mulai dari konsep dasar, pemanfaatan teknologi, strategi & inovasi bisnis, manajemen, model, peluang & tantangan, tren bisnis digital saat ini, pemasaran digital, pelayanan digital dan penerapan optimasi digital serta implementasi bisnis menggunakan berbagai teknologi digital canggih seperti Internet of Things (IOT), Artificial Intelligence (AI) dan Start UP Bisnis Digital yang tren saat ini, sebagai bentuk optimasi dan optimalisasi usaha berbasis Digitalisasi. Harapan dengan membaca buku ini pembaca mendapatkan banyak gagasan dan ilmu baru untuk memulai atau mengembangkan bisnis yang dijalani menggunakan teknologi digital, sebagai upaya inovasi dan pengembangan bisnis untuk menghadapi persaingan, tantangan, mendapatkan strategi dan peluang baru dalam membangun bisnis yang jauh lebih optimal.

Buku Ajar Periklanan Dan Manajemen Media Bmedia Era 4.0 saat ini mengharuskan dunia bisnis untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan

informasi. Akhir tahun 2020 banyak bermunculan perusahaan-perusahaan bisnis startup yang mampu mendongkrak usaha-usaha bisnis rumahan seperti Shopee, Tokopedia, Buka lapak, Lazada, Blibli, JD ID, Orami, Bhineka, Zalora dan Matahari, hal tersebut menjadi contoh bisnis yang telah menggandeng kemajuan teknologi dan berdampak baik pada sektor investasi, ditandai dengan banyaknya investor yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan teknologi e-commerce. Buku ini membahas bagaimana membangun e-commerce, baik dari segi teori, strategi dan implementasinya sampai pada tahapan pembuatan aplikasi e-commerce, yang menggunakan berbagai pilihan aplikasi opensource, sehingga lebih mudah untuk dipahami.

Semua Bisa Pintar Ulangan Harian Tematik Kelas 5 SD Gramedia Widiasarana Indonesia Di dalam buku ini terdapat Kisi-Kisi Ujian Nasional SMP, sebagai panduan bagi siswa dalam mempersiapkan diri menghadapi ujian nasional. Dari kisi-kisi tersebut siswa dapat

mengetahui materi apa yang akan diujikan, sehingga ketika belajar siswa dapat memilah-milah materi mana yang harus dipelajari atau soal-soal mana yang harus sering dilatih pengerjaannya. Soal-soal dalam buku ini berasal dari soal-soal ujian nasional tahun-tahun sebelumnya, tujuannya agar siswa mengetahui jenis soal ujian nasional yang sebenarnya. Dengan banyak berlatih mengerjakan soal-soal tersebut, siswa akan merasa terbiasa dan ketika ujian nasional menemukan soal yang sejenis, siswa akan menyelesaikannya dengan mudah dan cepat. Setiap soal dalam buku ini dibahas dengan lengkap dan tuntas. Pembahasan soal disusun oleh tim penulis yang telah berpengalaman dalam menangani dan memecahkan soal-soal ujian nasional. Buku ini dilengkapi dengan Prediksi Soal Ujian Nasional SMP 2016. Soal prediksi dibuat berdasarkan kisi-kisi ujian nasional SMP dan tipe-tipe soal yang sering muncul dalam ujian nasional. Dengan mempelajari soal prediksi ini, siswa akan mendapatkan gambaran seperti apa kira-kira soal

yang akan muncul di ujian nasional nanti. Buku ini dilengkapi pula dengan soal Ujian Sekolah IPS dan PKn, sebagai bahan untuk latihan soal dan persiapan menghadapi ujian sekolah IPS dan PKn. -Bmedia-

**Buku Besar Bahasa Indonesia** Magenta Media

Buku Pendamping Siswa Cerdas (BPSC) Modul Bahasa Indonesia SD/MI Kelas V ini merupakan buku yang khusus ditujukan bagi siswa kelas V. Setelah mempelajari buku ini, siswa kelas V diharapkan dapat lebih memahami materi mata pelajaran Bahasa Indonesia. Buku ini disusun dengan cukup praktis dan ringkas sehingga siswa kelas V dapat mempelajarinya dengan mudah. Buku ini dilengkapi dengan ringkasan materi yang berisi materi secara garis besar disertai contoh soal dan pembahasan. Selain itu, terdapat soal latihan dan aktivitas yang disajikan dalam berbagai variasi. Di akhir soal latihan, terdapat penilaian yang dapat membantu siswa untuk mengevaluasi kemampuannya dalam memahami materi.

*Buku Guru SMP/MTs DAMAR KAMBANG Kelas 8* Gramedia Pustaka Utama Pemasaran jasa

merupakan salah satu topik dalam manajemen pemasaran yang tidak hanya membahas fungsi-fungsi pemasaran dalam mendesain sebuah produk dalam kategori layanan atau jasa, namun juga dapat menjadi acuan bagi pengelola usaha dalam menetapkan bentuk manajemen hubungan pelanggan dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan pasta pembelian produk. Pada buku ini, penulis mengupas bagaimana teori dasar dalam pengambilan keputusan pemasaran khususnya untuk pengelolaan dan pengembangan produk dalam bentuk layanan atau jasa. Penulis mengajak pembaca untuk melihat beberapa bentuk implementasi dari topik pemasaran jasa melalui perspektif Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Perbedaan sumber daya yang dikelola oleh UKM menjadikan manajemen usaha pada tingkat tersebut memiliki keunikan sendiri yang diharapkan dapat memberi wawasan tambahan kepada pembaca terkait bagaimana langkah efektif untuk mengelola sumber daya khususnya untuk implementasi strategi pemasaran di

bidang layanan atau jasa. Buku ini dapat dimanfaatkan sebagai buku ajar pada mata kuliah manajemen pemasaran khususnya pada topik pemasaran produk layanan atau jasa, dan juga dapat digunakan sebagai buku saku dalam proses perencanaan strategic oleh pemilik dan/atau pengelola UKM. Buku ini dilengkapi dengan berbagai macam contoh praktis dalam untuk implementasi fungsi dan proses dalam topik pemasaran jasa. dan juga soal dan latihan kasus untuk diselesaikan melalui teori dan konsep yang telah didiskusikan pada setiap bagian di dalam buku. Selamat membaca dan semoga sukses!

*Produk Kreatif dan Kewirausahaan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran SMK/MAK Kelas XII* Gramedia Widiasarana Indonesia

UN seringkali dianggap sebagai momok yang menakutkan bagi siswa sekolah. Karena hal ini adalah yang menjadi penentuan akhir bagi seorang siswa Sekolah Menengah Pertama. Namun sebenarnya UN bukanlah sesuatu yang begitu menakutkan seperti yang dianggap

oleh para siswa. Dengan sering berlatih, siswa akan terbiasa untuk menjawab soal-soal saat hari Ujian Nasional. Buku yang diterbitkan oleh LEMBAR PUSTAKA INDONESIA ini sengaja dibuat untuk membantu siswa-siswa SMP untuk bersiap-siap menghadapi soal-soal yang akan diujikan saat ujian. Buku ini juga berisi rangkuman materi sehingga mempermudah siswa dalam menghafal hal-hal yang penting di dalam suatu pelajaran. Jika seorang siswa mampu menyelesaikan soal-soal yang ada di dalam buku ini, maka kemungkinan besar dia akan lulus UN dan mendapatkan nilai yang memuaskan. Karena soal-soal yang ada di dalam buku ini tidak jauh berbeda dengan soal-soal yang ada saat Ujian Nasional. -Lembar Langit Indonesia Group-  
Jurnalistik Sinematografi  
 Bmedia  
 Buku ini memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut. 1. Buku ini superlengkap, karena menyajikan semua materi bahasa Indonesia yang berkaitan dengan pelajaran di sekolah. 2. Materi dalam buku ini disajikan dengan detail, terstruktur, dan mudah dipahami. 3. Dilengkapi

dengan ejaan bahasa Indonesia versi terbaru. 4. Bisa digunakan oleh semua kalangan siswa, mulai dari jenjang SD, SMP, sampai SMA. 5. Ditulis oleh tim penulis yang ahli dan berkompeten di bidang bahasa Indonesia. Buku Persembahan Penerbit Bmedia  
*Explore Bahasa Indonesia Jilid 2 untuk SMP/MTs Kelas VIII* Universitas Brawijaya Press  
 Secara umum, permintaan terhadap kendaraan pribadi didominasi oleh sepeda motor. Pilihan lebih banyak jatuh ke sepeda motor karena harganya lebih murah sehingga terjangkau oleh seluruh kalangan, termasuk kalangan masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, terbatasnya akses jalan menjadikan penggunaan sepeda motor lebih efisien dari segi waktu. Sepeda motor bahkan lebih efektif menerobos kemacetan yang setiap hari terjadi di dalam kota. Sepeda motor juga dapat menjangkau sampai ke pelosok desa yang sulit dijangkau oleh mobil. Kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) sebanyak dua kali berturut-turut pada tahun 2015 menjadi salah satu pemicu meningkatnya

permintaan sepeda motor . Masyarakat di kota ini lebih banyak memilih sepeda motor sebagai sarana transportasi, dengan alasan-alasan yang telah disebutkan di atas, juga karena lebih hemat dari segi biaya jika dibandingkan dengan menggunakan kendaraan umum. Untuk itu kondisi semacam itu menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk membuka bisnis perusahaan pembiayaan sepeda motor. Perusahaan pembiayaan sepeda motor merupakan salah satu dari bentuk kegiatan lembaga pembiayaan dibidang pembiayaan konsumen. Sebagaimana yang tercantum dalam Keppres No.61 Tahun 1998 jo. Keputusan Menteri Keuangan No. 1251/KMK.031/1988 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan yang menyatakan bahwa [1]" Perusahaan Pembiayaan Konsumen (Consumers Finance Company) adalah badan usaha yang melakukan pembiayaan pengadaan barang untuk kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala." [1] www.Pengertian Pembiayaan Konsumen. Com, diakses 5 Januari

2016, Pukul 20.00 Wita  
**Super Complete  
 SMP/MTs 7,8,9** CV. AZKA  
 PUSTAKA

Komunikasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia di mana pun berada. Bahkan dengan segala atributnya, komunikasi sudah menjadi gaya hidup (life style). Ilmu komunikasi dan praksis komunikasi itu sendiri mampu menembus ruang dan waktu, menyesuaikan dengan batas identitas manusia dan kemanusiaan dalam berbagai aspek kehidupan sosiokultural. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi-terutama pada aspek sarana, prasarana, dan bahkan pada ilmu komunikasi itu sendiri-tampaknya belum dibarengi dengan pemenuhan buku-buku referensi ilmiah maupun praktisnya. Untuk menjawab tantangan dan tuntutan ini, buku **Komunikasi: Serba Ada Serba Makna** ini hadir sebagai referensi bermutu bagi kalangan dosen, bacaan wajib bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi, Sosial, dan Politik, dan tentu saja praktisi komunikasi, agar seluruh seluk-beluk epistemologi, ontologi, dan teknologi komunikasi dapat dipahami secara

utuh. \*\*\* Persembahkan penerbit Kencana (PrenadaMedia)  
**Kisi-kisi Pasti Ujian Nasional SMP 2015  
 Prediksi Akurat** Penerbit Duta  
 Apakah kamu ingin berlatih soal sebanyak mungkin? Ingin memperdalam penguasaan materi dengan berlatih mengerjakan soal? Atau, ingin mengetahui sampai mana batas kamu memahami materi? Ingin mengetahui pola pertanyaan yang diujikan? Bagaimana mengetahui bahwa jawabanmu benar atau salah? Bagaimana pula kamu melatih manajemen waktu dalam mengerjakan soal? Adakah jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di atas? **JAWABANNYA ADA. BACA BUKU INI!** Buku ini menyajikan soal-soal latihan ulangan tematik SD Kelas 5 Tema 1 - 9, yang tiap temanya berisi 100 soal. Pembahasan diberikan secara lengkap dan terperinci tanpa pengulangan soal-jawaban. Buku Soal Latihan Ulangan Harian ini bermanfaat untuk: - Meningkatkan kepercayaan diri kamu. - Melatih pola pikir untuk menghadapi segala kemungkinan soal yang muncul saat ulangan

harian. - Terbiasa dengan pengalaman ujian. Tema Soal Latihan Ulangan Harian Kelas 5 dalam buku ini mencakup: - Tema 1: Benda-Benda di Lingkungan Sekitar - Tema 2: Peristiwa dalam Kehidupan - Tema 3: Kerukunan dalam Bermasyarakat - Tema 4: Sehat itu Penting - Tema 5: Bangga sebagai Bangsa Indonesia - Tema 6: Organ Tubuh Manusia dan Hewan - Tema 7: Sejarah Peradaban Manusia - Tema 8: Ekosistem - Tema 9: Lingkungan Sahabat Kita **TUNGGU APALAGI, SEGERA MILIKI BUKU INI, DAN RAIH PRESTASIMU!**  
[Kreatif Tematik Tema 9 Benda-Benda di Sekitar Kita Kelas V untuk SD/MI](#)  
 Universitas Brawijaya Press  
**ARIF CERDAS UNTUK SEKOLAH DASAR KELAS 5**  
*Pengelolaan Bisnis Ritel SMK/MAK Kelas XI*  
 Airlangga University Press  
 Media sosial adalah media online teknologi berbasis komputer yang memfasilitasi dan mempermudah penggunaanya dalam berekspresi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi secara online (daring) yang mendukung interaksi orang-orang di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi yang mengubah

komunikasi menjadi dialog interaktif dan merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memiliki peran besar dalam memberikan kemudahan bagi keberlangsungan berbagai kegiatan orang-orang. Dalam penggunaannya memudahkan seseorang untuk membagikan idenya, karya-karyanya, pikirannya, melalui komunitas yang terbangun secara online. Apalagi keberadaan media sosial seperti sekarang ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas kehidupan sehari-hari. Sosmed sudah menjadi ruang di mana kita membangun hubungan, membentuk identitas diri, dan mengekspresikan diri. Media sosial pada era sekarang ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas kehidupan sehari-hari, dan kini telah menjadi ruang di mana kita membentuk dan membangun hubungan, membentuk identitas diri, mengekspresikan diri, dan belajar tentang dunia di sekitar kita. Media sosial hadir sebagai wadah komunikasi yang memudahkan manusia bertukar informasi, baik berupa teks, gambar,

maupun video. Tidak heran jika keberadaan media sosial menjadi jembatan penghubung untuk bisa mengetahui informasi.

#### *ARIF CERDAS UNTUK SEKOLAH DASAR KELAS 5 Bumi Aksara*

""E-commerce sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari pada jaman dimana perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi sangat pesat. Sekalipun demikian kita tidak boleh hanya mengenal istilahnya saja. Seperti apa e-commerce itu sebenarnya? Bagaimana kita menjalankan e-commerce agar memperoleh hasil yang maksimal? Bagaimana strategi menjalankan e-commerce yang aman? Buku ini menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Selengkapnya isi buku ini berisi: - Konsep dan definisi e-commerce - Sejarah e-commerce - Infrastruktur dalam e-commerce - Kedudukan internet dan teknologi world wide web (www) dalam e-commerce - Alasan - alasan mempelajari e-commerce - Mekanisme dalam e-commerce - Peranan desain web dalam e-commerce - Model-model perdagangan elektronik

dalam internet - Model-model internet marketing - Model transaksi keuangan dalam e-commerce - Aspek legal dan etika ecommerce - Sistem keamanan di internet dan fraud - Pentingnya melakukan analisis web traffic - Kompetisi dalam e-commerce - Keuntungan menggunakan e-commerce dalam bisnis - Perilaku konsumen dalam e-commerce - Komunikasi pemasaran e-commerce - Membangun aplikasi dan infrastruktur e-commerce""

#### *Manajemen Periklanan WahyuMedia*

Menarik untuk disampaikan bahwa iklan pada dasarnya mengusung dua kepentingan besar. Pertama, sebagai sebuah karya dengan kreativitas yang diusungnya dapat merepresentasikan kepribadian, positioning, dan diferensif produk. Di sisi lain, kedua iklan tentu saja sebagai salah satu promotion tools untuk dapat merangsang adanya pembelian produk. Untuk menjawab dua hal inilah, kehadiran buku ini saya pikir dapat menjadi salah satu alternatif wacana. Setelah membaca buku ini, saya memandang bahwa kajian-kajian periklanan

telah secara jernih dan jelas dibahas dengan bahasa yang mudah dipahami oleh mahasiswa. Sebagai buku ajar, saya optimis buku ini dapat memudahkan proses transfer informasi tentang seluk-beluk dunia periklanan. Dilengkapi pula dengan contoh-contoh yang memudahkan penjelasannya.” (Dr. Bambang D.P, S.Sos, M.Si -Ketua program pascasarjana Ilmu Komunikasi UB Malang – dalam kata pengantar di buku ini). Buku Manajemen Periklanan ini dapat digunakan oleh para pelaku periklanan maupun sebagai materi ajar mata kuliah Manajemen Periklanan. Buku ini membahas secara detail dan komprehensif proses manajemen periklanan, Mulai dari perencanaan, penyusunan tujuan, implomentasi hingga evaluasi kampanye periklanan. Selain itu, buku ini juga membahas faktor-faktor lain yang mempengaruhi berjalannya proses tersebut, seperti perilaku konsumen maupun kode etik dan regulasi periklanan.

**Pasti Bisa Bahasa Indonesia untuk SD/MI Kelas V** Gramedia

Widiararana Indonesia  
Buku Seri Kreatif Tematik SD/MI merupakan buku teks yang disusun berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 24 Tahun 2016 tentang Kompetensi Inti (KI) dan Kompetensi Dasar (KD) pada Kurikulum 2013. Buku ini memudahkan peserta didik mengikuti kegiatan pembelajaran karena memiliki keunggulan sebagai berikut. Buku ini memuat materi dan kegiatan yang memungkinkan peserta didik terlibat aktif dalam kegiatan pembelajaran. Melalui pendekatan sains dengan konsep 5M, buku ini membiasakan peserta didik untuk Mengamati, Menanya, Mencoba, Menalar, dan Mengomunikasikan/Membentuk Jejaring. Buku ini mengaplikasikan konsep Contextual Learning sehingga materi mudah dipelajari oleh peserta didik karena menyajikan contoh konkret dari peristiwa sehari-hari. Buku ini mendorong peserta didik untuk lebih kritis dan kreatif dalam mengeksplorasi pengetahuan yang diperoleh. Peserta didik membiasakan diri menemukan berbagai pilihan untuk

menyelesaikan masalah yang dihadapi atau menjadi problem solver. Buku ini juga membantu pembangunan karakter peserta didik karena dilengkapi penilaian aspek sikap yang melibatkan orang tua dan guru. Setelah paham dan terampil, peserta didik didorong untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan tersebut dalam sikap dan perilaku sehari-hari. *Mandiri Belajar Tematik SD/MI Kelas 5 Semester 2* Prenada Media  
Buku ini disusun dengan memperhatikan Struktur Kurikulum SMK berdasarkan Kurikulum 2013 edisi revisi spektrum PMK 2018 dan jangkauan materi sesuai dengan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar untuk kelompok C3 Kompetensi Keahlian. Buku ini diharapkan memiliki presisi yang baik dalam pembelajaran dan menekankan pada pembentukan aspek penguasaan pengetahuan, keterampilan, dan sikap secara utuh. Materi pembelajaran disajikan secara praktis, disertai soal-soal berupa tugas mandiri, tugas kelompok, uji kompetensi, dan penilaian akhir semester gasal dan genap. Buku ini

disusun berdasarkan Permendikbud No 34 tahun 2018 Tentang Standar Nasional Pendidikan SMK/MAK, pada lampiran II tentang standar Isi, lampiran III tentang Standar Proses dan lampiran IV tentang Standar Penilaian. Acuan KI dan KD mengacu pada Peraturan Dirjen Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan No: 464/D.D5/Kr/2018 Tentang Kompetensi Inti Dan Kompetensi Dasar. Berdasarkan hasil telaah ilmiah, buku ini sangat

sistematis, bermakna, mudah dipelajari, dan mudah diimplementasikan dalam pembelajaran di kelas. Ditinjau dari aspek isi, buku ini cukup membantu siswa dalam memperkaya dan mendalami materi. Pemakaian buku ini juga dapat menantang guru untuk berinovasi dalam pembelajaran sesuai konteks di kelas masing-masing.

**Bagaimana Biro Iklan Memprod. Iklan** umsu press

Buku Ajar ini digunakan sebagai bagian dari Mata Kuliah E- Commerce.

Tujuan dari mata kuliah ini adalah 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.