



**PRO FORMA KURSUS
COURSE PRO FORMA**

PENTING / IMPORTANT:

Kandungan Pro Forma ini tidak boleh diubah tanpa kelulusan Senat bagi perkara-perkara yang telah ditandakan*. Pindaan kepada perkara lain boleh diluluskan di peringkat Akademi/Fakulti/Institut/Pusat.

*Contents of this Pro Forma shall not be changed without the Senate's approval for items indicated with *. Changes to the other items can be approved at the Academy/Faculty/Institution/Centre level.*

	Versi Bahasa Malaysia Malay Version	Versi Bahasa Inggeris English Version
Akademi/Fakulti/Institut/Pusat <i>Academy/Faculty/Institute/Centre</i>	-	-
Jabatan <i>Department</i>	Pusat Latihan <i>Intern</i> dan Pengayaan Akademik(CITrA)	<i>Centre for Internship Training and Academic enrichment (CITrA)</i>
Nama Program Akademik <i>Name of Academic Programme</i>	Pemeriksaan Holistik Pelajar (SHE)	Student Holistic Empowerment (SHE)
Kod Kursus* <i>Course Code*</i>	GBC0005	GBC0005
Tajuk Kursus* <i>Course Title*</i>	Memahami Psikologi Pengguna	Understanding Consumer Psychology
Kredit* <i>Credit*</i>	2	2
Masa Pembelajaran Pelajar (SLT) <i>Student Learning Time (SLT)</i>	80 Jam	80 Hours
Prasyarat/Keperluan Minimum Kursus <i>Course Pre-requisite(s)/Minimum Requirement(s)</i>	Tiada	None

	Versi Bahasa Malaysia Malay Version	Versi Bahasa Inggeris English Version
Hasil Pembelajaran Kursus* <i>Course Learning Outcomes*</i>	<p>Di akhir kursus ini, pelajar dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerangkan pelbagai konsep dan teori asas psikologi pengguna. 2. Mengenalpasti isu-isu berkenaan pemasaran yang mempengaruhi psikologi pengguna. 3. Menjelaskan pengaruh utama dalam proses psikologi penggunaan 4. Membincangkan psikologi pengguna dan strategi pemasaran. 	<p>At the end of the course, students are able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describe the basic concepts and theories of consumer psychology. 2. Identify marketing related issues that influence consumer psychology 3. Explain major influences of the psychological consumption process 4. Discuss the relationship between consumer psychology and marketing strategies.
Sinopsis Kandungan Kursus <i>Synopsis of Course Contents</i>	Kursus ini memberikan pengenalan dan kefahaman tentang konsep-konsep utama dalam pemasaran moden. Penekanan kursus ini bukan sahaja pada isu campuran pemasaran malah pada faktor yang boleh mempengaruhi dan mengubah strategi campuran pemasaran bagi sesebuah organisasi.	This course provides an introduction and understanding about the major concepts in modern marketing. The emphasis of this course is not just on marketing mix issues but also on factors that can influence and change the marketing mix strategies for a given organisation.
Pemberatan Penilaian* <i>Assessment Weightage*</i>	Penilaian Berterusan: 100% Peperiksaan Akhir: -	<i>Continuous Assessment: 100%</i> <i>Final Examination:-</i>
Kaedah Maklum Balas Tentang Prestasi <i>Methodologies for Feedback on Performance</i>	Pamer keputusan di SPEcTRUM.	Results will be displayed on SPEcTRUM
Kriteria Dalam Penilaian Sumatif <i>Criteria in Summative Assessment</i>	Rujuk Buku Kaedah dan Peraturan Universiti Malaya (Pengajian Ijazah Pertama) Tahun 2019.	Refer to University of Malaya's Rules and Regulations (Bachelor's Degree) 2019.