

Manajemen Strategi

Buku ini memberikan bahasan dari sisi yang berbeda. Pembahasan berawal dari revolusi manajemen strategi dari aliran perspektif, aliran deskriptif, dan aliran konfigurasi. Pembahasan materi buku ini meliputi:

- Evolusi manajemen strategi
- Perkembangan entrepreneurship di berbagai negara
- Siklus hidup perusahaan keluarga di Indonesia
- Identifikasi key success factor industri untuk tumbuh secara berkelanjutan
- Competitive setting untuk membangun keunggulan bersaing
- Pengetahuan perilaku konsumen untuk merumuskan strategi marketing yang dinamis
- Perencanaan strategi marketing untuk menciptakan sustainable competitive advantage
- Perancangan pengukuran performance of business process untuk tumbuh secara berkelanjutan
- Strategi peningkatan kinerja dengan menggunakan business process map
- Strategy launching produk baru di era globalisasi dengan konsep entre marketing
- Penerapan corporate social responsibility untuk menciptakan sustainable growth di Indonesia
- Strategi mitigasi dan adaptasi untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan di era carbonomics paradigma
- Strategi global

