



4 PILAR MM FEB UPI YAI

(by: Dr Wilhelmus Hary Susilo)

NO.	VISI DAN MISI	PILAR 1 KOMPETENSI TINGGI	PILAR 2 BERWAWASAN GLOBAL (INTERNASIONAL)	PILAR 3 BERJIWA KEWIRAUSAHAAN (ENTERPREUNERSHIP)	PILAR 4 MEMANFAATKAN TEKNOLOGI INFORMASI
1	<p>VISI: Manajemen (S-2) Menjadi program studi magister manajemen unggulan pada posisi pasar tingkat nasional dan ASIA di 2023 dan menghasilkan lulusan yang memiliki kapabilitas tinggi dan mampu mengaplikasikan ilmu manajemen secara komprehensif, integrative, tepat guna dan berhasil guna dalam dunia kerja.</p>	SEMUA MK MM FEB UPI YAI	<p>MANAJEMEN KEUANGAN, MANAJEMEN PEMASARAN, MANAJEMEN SDM, AKUNTANSI KEUANGAN, SIM. PEMASARAN INTERNASIONAL RISET PEMASARAN. BUDAYA ORGANISASI KEUANGAN INTERNASIONAL. INSTITUSI DEPOSITORI DAN PASAR MODAL. PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN MANAJEMEN. SISTEM MANAJEMEN BIAYA.</p>	<p>PENGANTAR BISNIS (Matrikulasi) ENTREPRENEUR, INOVASI DAN EKONOMI KREATIF. MANAJEMEN STRATEGIK</p>	<p>SISTIM INFORMASI AKT. METODE PENELITIAN. SISTIM INFORMASI AKT. RISET PEMASARAN SISTIM INFORMASI MANAJEMEN MANAJEMEN PRODUKSI.</p>

MISI:

a. Melaksanakan dan mengembangkan sistem pendidikan dan pengajaran unggulan dalam standar kualifikasi dengan sistem digital dan menuju era global. (To applied and development the learning system within the standard qualifications with the digitalization and toward globally era) b.

Melaksanakan dan mengembangkan kegiatan penelitian unggulan dalam bidang ilmu manajemen yang berdasarkan manajemen pasar dan mencapai tingkat daya saing unggul di Asia. (To applied and development the empirical and scientific research within the market-based management research in management and reach the competitive advantage in Asian) c.

Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui bidang ilmu manajemen yang berkontribusi pada peningkatan daya saing perekonomian nasional berdasarkan hasil penelitian

dengan berbasis manajemen pasar pada penelitian ilmu manajemen. (To applied the mass responsibility activity to improve an economics competitiveness that conducted with determining the result from market-based research in management)