



ST. GALLEN CENTRE of
MANAGEMENT AND LEADERSHIP
2012

Management Education | Management Development | Consulting

SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN

LEADER SEIN LÄSST SICH LERNEN



Kann jeder lernen, ein Leader zu sein? Laut Boas Shamir, Professor für Anthropologie und Soziologie an der renommierten Hebrew University in Jerusalem, lässt sich diese Frage nicht eindeutig mit Ja oder Nein beantworten. Als Forscher, Dozent und Berater zum Thema Führung in Organisationen beschäftigt er sich vornehmlich mit dem Typus des charismatischen Leaders.

Eher Nein lautet seine Antwort, weil er Leadership immer auch eine umstandsspezifische Komponente zuzisst. Ein wesentlicher Teil der Leaderpersönlichkeit ergibt sich seiner Ansicht nach aus der situationsabhängigen Interaktion zwischen Leader und Follower. Als Beispiel dafür pflegt er den ehemaligen Bürgermeister von New York, Rudi Giuliani, anzuführen. Bis zu den Anschlägen vom 11. September 2001 war er nicht gerade als charismatische Führungsperson wahrgenommen worden. Durch sein beispielhaftes Verhalten während der Verarbeitung der traurigen Geschehnisse rund um das World Trade Center mauserte er sich jedoch zum Staatsmann mit Ausstrahlung.

Zum Ja tendiert Boas Shamir, wenn er an eine andere Person aus der Geschichte denkt: Mahatma Gandhi. In jungen Jahren schien noch nichts darauf hinzudeuten, dass dieser später einmal zum selbstsicheren Anführer einer Freiheitsbewegung werden würde. Auf die Frage eines älteren Mannes, warum er stets von der Schule nach Hause renne, antwortet der kleine Mahatma Gandhi: «Ich will vermeiden, dass ich mit jemandem sprechen muss». Mahatma Gandhi war auch später kein brillanter Rhetoriker, hat sich aber auf dem Weg zum Leader offenbar die fehlende Kompetenz angeeignet.

Die Situationen, denen Sie in Ihrem Unternehmen begegnen, können wir nicht beeinflussen. Dafür können wir Sie mit unserem Weiterbildungsangebot für Führungskräfte dabei unterstützen, Ihre Leader-Kompetenzen zu stärken. Jetzt noch fokussierter mit unserem SGMI St. Gallen Centre of Management and Leadership. Dort bündeln wir für Sie vertieftes Wissen, mit dem Sie Ihre Führungsaufgaben noch besser wahrnehmen können. Getreu einem anderen leicht abgewandelten Zitat von Mahatma Gandhi: «Sei du selbst die Veränderung, die du dir für dein Unternehmen wünschst.»

Romed Guntern

lic. oec. HSG et lic. iur. HSG
Geschäftsführender Direktor

Hans Peter Fagagnini

Prof. Dr. Universität St. Gallen (HSG)
Delegierter des Verwaltungsrats

- 2 Editorial
- 3 Inhaltsverzeichnis
- 4 SGMI St. Gallen Centres
- 6 Seminarübersicht 2012

10 | Leading the Business

- 12 Management Programm für Advanced Leaders
- 14 Leading Strategy and Change (Deutsch)
- 16 Vorbereitung auf eine Top Management Position
- 18 Optimieren des heutigen Geschäfts
- 20 Wachstums- und Rentabilitäts-Management

22 | Leading People

- 24 10 Principles of Leadership and Life (Deutsch)
- 26 Mobilizing People
- 28 Managing Change
- 30 Excellence in Leadership
- 32 Erfolg dank motivierender Führung
- 34 St. Galler Führungsmethodik-Seminar
- 35 Rhetorik für Manager
- 36 Verhandlungstechnik
- 37 Auftreten und Wirken

38 | Leadership für die eigene Karriere

- 40 Einführung in die Certification Programme

Executive Certification Programme

- 42 Geschäftsführer/in Certification Programm SGMI
- 43 Executive Certification Programm SGMI
- 44 General Management Certification Programm SGMI
- 45 Entrepreneurship Certification Programm SGMI

Funktionale Certification Programme

- 46 Bereichsleiter/in Certification Programm SGMI
- 47 Brand Manager/in Certification Programm SGMI
- 48 Business Development Manager/in Certification Programm SGMI
- 49 Human Resources Manager/in Certification Programm SGMI

50 | Management Development

56 | Management Consulting

- 60 Administration und Organisation
- 61 Anmeldekarten

Mit den SGMI St. Gallen Centres akzentuiert das SGMI Management Institut St. Gallen seine Kompetenzen und nennt die Kernaufgaben guten Managements beim Namen: Management and Leadership, Strategic Management and Marketing, sowie Finance and Controlling. Modernstes St. Galler Know-how aus drei Centres, die sich der überbetrieblichen Management Education, dem firmenspezifischen Management Development und Consulting widmen.



Das vorliegende Programm 2012 zeigt das massgeschneiderte Angebot des «SGMI St. Gallen Centre of Management and Leadership». Mit Fokussierung auf einen abgegrenzten Themenschwerpunkt wird eine vertiefte und ganzheitliche Auseinandersetzung mit dem Gebiet ermöglicht. Im Falle von Management und Leadership ist das umso entscheidender, als dass eine unüberschaubar gewordene Menge von Weiterbildungsangeboten zu diesem Thema den Markt überschwemmt. Wir behalten den Überblick, gewichten die verschiedenen Aspekte und leiten für Sie daraus praxisnahe Instrumente ab.

In diesem Sinne gilt beim SGMI Management Institut St. Gallen einmal mehr das Credo des St. Galler Management-Modells: Orientierung schaffen ohne die Zusammenhänge aus den Augen zu verlieren.

ST. GALLER MANAGEMENT-MODELL ALS BASIS

Gross ist die Zahl an Managementlehren und -lehrgängen. So gross, dass manch einer ob der schirren Menge an Ansätzen, Techniken und Methoden die Übersicht verliert. Durch seine ganzheitliche, systemorientierte Perspektive schafft das St. Galler Management-Modell nicht nur Orientierung in diesem Labyrinth «guter» Ideen, sondern bildet auch Zusammenhänge ab. Oft genug fokussieren sich die einschlägigen Publikationen nämlich nur auf einen isolierten Aspekt des Managements. Mittlerweile ist das Modell international ebenso bekannt wie erprobt. Seine Beliebtheit basiert nicht auf «leeren» Theoriegebilden, sondern auf pragmatischen Orientierungs- und Anwendungshilfen, die in der Praxis greifen.

PHILOSOPHIE

Anhaltender geschäftlicher Erfolg lässt sich nur durch neue Kompetenzen erzielen: Intellektuelle Flexibilität, Übersicht, sowohl globales wie lokales Denken, analytische Fähigkeiten und soziale sowie kulturelle Kompetenzen. Wir entwickeln diese Kompetenzen bei Führungskräften und Unternehmen. Unser Ansatz hilft Ihnen, in Ihrem Unternehmen hochkomplexe Aufgaben zu lösen.

RESEARCH

Dank unserer anhaltenden Forschungstätigkeit garantieren wir, dass unser Wissen dem neusten Stand entspricht und relevant ist für Ihre Arbeitswelt. Jedes Jahr führen wir hunderte von Interviews mit führenden Persönlichkeiten aus der Wirtschaft, unterhalten Langzeitstudien, beobachten Einzelfall-Methoden und führen Fallstudien durch.

MANAGEMENT EDUCATION

In den überbetrieblichen Seminar-Programmen des «SGMI St. Gallen Centre of Management and Leadership» erhalten Sie einen praxisorientierten Zugang zu den neusten Erkenntnissen bezüglich Management und Leadership. Neben der Expertise unserer Dozenten profitieren Sie vom Erfahrungsaustausch mit anderen Führungskräften.

Im Wissen um die heutigen Anforderungen an Führungskräfte bieten wir Seminare zu zwei Themenkomplexen sowie Certification-Programme an:

Leading the Business

Führen ist hochkomplex. Wie behalte ich ob dem Tagesgeschäft die Strategie im Auge? Wie verfolge ich gleichzeitig Wachstum und Rentabilität? Fragen wie diese beschäftigen nicht nur Manager auf dem Weg zu einer Top-Position. Auch Führungskräfte mit langjähriger Erfahrung tun gut daran, vermeintliche Erfolgsrezepte zu hinterfragen.

Leading People

Mitarbeiter nur zu «motivieren» reicht heute nicht mehr aus. Wer Berge versetzen will, muss zu allererst die Leute «mobilisieren». Das ist umso schwieriger, wenn es gilt, einen unternehmerischen Wandel zu vollziehen. Eine gewinnende und glaubwürdige Kommunikation ist dabei nur ein entscheidendes Führungsinstrument unter vielen.

Leadership für die eigene Karriere

Dank flexiblen Seminarmodulen, kombiniert mit Selbststudium und Projektarbeit, kommen auch Vielbeschäftigte innert nützlicher Frist und mit einem überschaubaren zeitlichen Aufwand zu einem Management Certificate-Abschluss. So arbeiten Sie jetzt noch gezielter an Ihrer Karriere.

MANAGEMENT DEVELOPMENT

Zusammen mit Ihren Verantwortlichen für Personalentwicklung, Human Resources oder Weiterbildung erarbeiten wir auch firmeninterne Entwicklungsprogramme. Diese weltweite – und darum oft mehrsprachige Dienstleistung – berücksichtigt sowohl Ihre Strategie und Kultur als auch Ihre konkrete Ist-Situation. In Seminaren, Einzelcoachings und Workshops wie der SGMI Leadership Conference adaptieren wir unser qualitativ hoch stehendes Managementwissen auf konkrete Fragestellungen in Ihrem Unternehmen.

MANAGEMENT CONSULTING

Unsere Beratungsleistungen für Unternehmen sind Ausdruck unseres ganzheitlichen Ansatzes. Statt Ihnen als Externe hochtrabende Konzepte aufzuzwingen, entwickeln und implementieren wir gemeinsam mit Ihren Leistungsträgern Lösungen, die in der Praxis funktionieren. Unsere erfahrenen Professoren, Strategen und Sanierer beziehen die Betroffenen mit ein, sorgen für Transparenz und engagieren sich nachhaltig.

DIE FAKULTÄT

Langweilige Vorträge? Praxisferne Konzepte? Nicht am SGMI Management Institut St. Gallen und seinen Centres. Über 100 erstklassige Dozenten vermitteln Inhalte und Lösungen, die Sie und Ihr Unternehmen täglich weiterbringen. Unsere spezialisierten Professoren, Trainer und Autoren wissen dank langjähriger Erfahrung von was sie sprechen. Unsere Fachleute und Management-Berater sind im Geschäftsleben mit den Instrumenten erfolgreich, über die andere nur reden.

BOARD OF DIRECTORS

SGMI St. Gallen Centre of Management and Leadership



Daniel Schmidlin
lic. oec. HSG



Mark McGregor



Jan-Roy Edlund
Dr. oec. HSG et lic. rer. publ. HSG



Urs P. Rauser
Prof., PhD

Weitere SGMI St. Gallen Centres:

SGMI St. Gallen Centre of Strategic Management and Marketing



SGMI St. Gallen Centre of Finance and Controlling



Information und Beratung:
SGMI Management Institut St. Gallen
Telefon +41 (0)71 223 50 30
E-Mail seminare@sgmi.ch

SEMINARÜBERSICHT 2012

LEADING THE BUSINESS

12 | Management Programm für Advanced Leaders

ML1112	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Flims	14.–16. März 2012
ML1122	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML1132	1. Teil	Brunnen	18.–21. Juni 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML1142	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Davos	14.–16. November 2012

14 | Leading Strategy and Change

ML1212	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Luzern	11.–14. Juni 2012
ML1222	1. Teil	Brunnen	18.–21. Juni 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012
ML1232	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012

16 | Vorbereitung auf eine Top Management Position

ML1312	1. Teil	Weggis	23.–26. April 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML1322	1. Teil	Horn	29.–31. August 2012
	2. Teil	Flims	12.–15. November 2012

18 | Optimieren des heutigen Geschäfts

ML1412	1. Teil	Flims	23.–26. Januar 2012
	2. Teil	Luzern	07.–10. Mai 2012
ML1422	1. Teil	Luzern	16.–19. April 2012
	2. Teil	Luzern	07.–10. Mai 2012
ML1432	1. Teil	Davos	17.–20. September 2012
	2. Teil	Wildhaus	12.–15. November 2012

20 | Wachstums- und Rentabilitäts-Management

ML1512	1. Teil	Horn	16.–19. April 2012
	2. Teil	Brunnen	18.–21. Juni 2012
ML1522	1. Teil	Flims	17.–20. September 2012
	2. Teil	Luzern	19.–22. November 2012

LEADING PEOPLE

24 | 10 Principles of Leadership and Life (Deutsch)

ML30112	Flims	11.–13. Juni 2012
ML30212	Flims	03.–05. Dezember 2012

26 | Mobilizing People

83112	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Flims	11.–13. Juni 2012
83212	1. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
	2. Teil	Flims	03.–05. Dezember 2012
83312	1. Teil	Flims	19.–22. November 2012
	2. Teil	Flims	03.–05. Dezember 2012

28 | Managing Change

57112	1. Teil	Flims	14.–16. März 2012
	2. Teil	Luzern	11.–14. Juni 2012
57212	1. Teil	Luzern	11.–14. Juni 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
57312	1. Teil	Davos	14.–16. November 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012

30 | Excellence in Leadership

ML3312	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Steckborn	16.–18. April 2012
ML3322	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Flims	12.–14. November 2012
ML3332	1. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
	2. Teil	Flims	12.–14. November 2012

32 | Erfolg dank motivierender Führung

ML3412	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	02.–03. Juli 2012
ML3422	1. Teil	Wildhaus	02.–03. Juli 2012
	2. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
ML3432	1. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
	2. Teil	Brunnen	10.–11. Dezember 2012

34 | St. Galler Führungsmethodik-Seminar

ML3712	1. Teil	Flims	14.–16. März 2012
	2. Teil	Horn	07.–10. Mai 2012
ML3722	1. Teil	Horn	07.–10. Mai 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML3732	1. Teil	Horn	29.–31. August 2012
	2. Teil	Horn	12.–15. November 2012

35 | Rhetorik für Manager

81112	1. Teil	Wildhaus	30. Jan.–01. Feb. 2012
	2. Teil	Steckborn	16.–18. April 2012
81212	1. Teil	Brunnen	25.–27. Juni 2012
	2. Teil	Flims	12.–14. November 2012
81312	1. Teil	Davos	08.–10. Oktober 2012
	2. Teil	Flims	12.–14. November 2012

36 | Verhandlungstechnik

84112		Wildhaus	30. Jan.–01. Feb. 2012
84212		Brunnen	25.–27. Juni 2012
84312		Davos	08.–10. Oktober 2012

37 | Auftreten und Wirken

85112		Flims	05.–07. März 2012
85212		Brunnen	09.–11. Mai 2012
85312		Horn	17.–19. September 2012

Fortsetzung S. 8

SEMINARÜBERSICHT 2012 (Fortsetzung)

LEADERSHIP FÜR DIE EIGENE KARRIERE

42 | Geschäftsführer/in Certification Programm SGMI

ML7012	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
	4. Teil	Luzern	04.–05. Juli 2012

ML7022	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Luzern	31. Okt.–02. Nov. 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12.–13. Dezember 2012

43 | Executive Certification Programm SGMI

ML7112	1. Teil	Weggis	23.–26. April 2012
	2. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
	3. Teil	Luzern	04.–05. Juli 2012
	4. Teil	Brunnen	10.–11. Dezember 2012

44 | General Management Certification Programm SGMI

ML7212	1. Teil	Flims	12.–15. März 2012
	2. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
	3. Teil	Luzern	04.–05. Juli 2012
	4. Teil	Horn	29.–31. August 2012

ML7222	1. Teil	Flims	12.–15. März 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12.–13. Dezember 2012

ML7232	1. Teil	Davos	10.–13. September 2012
	2. Teil	Davos	14.–16. November 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12.–13. Dezember 2012

45 | Entrepreneurship Certification Programm SGMI

ML7312	1. Teil	Flims	12.–15. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	02.–03. Juli 2012
	3. Teil	Wildhaus	04.–05. Juli 2012

ML7322	1. Teil	Davos	10.–13. September 2012
	2. Teil	Brunnen	10.–11. Dezember 2012
	3. Teil	Brunnen	12.–13. Dezember 2012

ML7332	1. Teil	Luzern	05.–08. November 2012
	2. Teil	Brunnen	10.–11. Dezember 2012
	3. Teil	Brunnen	12.–13. Dezember 2012

46 | Bereichsleiter/in Certification Programm SGMI

ML7412	1. Teil	Flims	23.–26. Januar 2012
	2. Teil	Wildhaus	19.–22. März 2012
	3. Teil	Steckborn	16.–18. April 2012

ML7422	1. Teil	Luzern	16.–19. April 2012
	2. Teil	Brunnen	11.–14. Juni 2012
	3. Teil	Flims	12.–14. November 2012

ML7432	1. Teil	Davos	17.–20. September 2012
	2. Teil	Luzern	12.–15. November 2012
	3. Teil	Steckborn	15.–17. April 2013

47 | Brand Manager/in Certification Programm SGMI

ML7812	1. Teil	Flims	30. Jan.–02. Febr. 2012
	2. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012

ML7822	1. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	2. Teil	Luzern	23.–26. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012

ML7832	1. Teil	Horn	10.–13. September 2012
	2. Teil	Luzern	31. Okt.–02. Nov. 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012

48 | Business Development Manager/in Certification Programm SGMI

ML8112	1. Teil	Luzern	11. – 14. Juni 2012
	2. Teil	Boston	18. – 22. Juni 2012
	3. Teil	Brunnen	02. – 03. Juli 2012
ML8222	1. Teil	Boston	05. – 09. November 2012
	2. Teil	Flims	26. – 29. November 2012
	3. Teil	Flims	10. – 11. Dezember 2012

49 | Human Resources Manager/in Certification Programm SGMI

ML8212	1. Teil	Flims	19. – 22. März 2012
	2. Teil	Luzern	11. – 14. Juni 2012
	3. Teil	Wildhaus	04. – 05. Juli 2012
ML8222	1. Teil	Brunnen	17. – 20. September 2012
	2. Teil	Flims	26. – 29. November 2012
	3. Teil	Brunnen	12. – 13. Dezember 2012

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

SGMI Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18, 9000 St. Gallen
Telefon +41 (0)71 223 50 30
E-Mail seminare@sgmi.ch



LEADING THE BUSINESS

SGMI

- 12 | Management Programm für Advanced Leaders
- 14 | Leading Strategy and Change (Deutsch)
- 16 | Vorbereitung auf eine Top Management Position
- 18 | Optimieren des heutigen Geschäfts
- 20 | Wachstums- und Rentabilitäts-Management

MANAGEMENT PROGRAMM FÜR ADVANCED LEADERS

Management Programm in 2 Teilen für Führungskräfte mit mindestens 10 Jahren Berufserfahrung und Erfolgsausweis in der Führung von Unternehmen, Tochtergesellschaften, Divisionen, Geschäftsfeldern, bedeutenden Business Units, grossen Bereichen oder wichtigen Zentralfunktionen.

KONZEPT

Erfahrung als Führungskraft ist gut: Sie hilft, Chancen früher als andere zu erkennen und Gefahren intuitiv wahrzunehmen. Sie bietet Halt bei schwierigen Entscheidungen. Sie gibt Glaubwürdigkeit und verleiht zusätzliche Autorität.

Erfahrung kann uns aber auch in die Irre führen. Nicht immer ist das, was in der Vergangenheit richtig war, auch zukunftstauglich. Die Erfolgsmuster aus der Vergangenheit haben die gefährliche Tendenz, sich zu Rezepten, zu Dogmen zu verhärten. Auf Erfahrung basierende Glaubensgrundsätze führen jedoch häufig dann zu Fehlentscheidungen, wenn sich die Gesetzmässigkeiten für Erfolg im Laufe der Zeit ändern.

Gerade Führungskräfte mit Erfahrung sollten daher immer wieder einmal ihr eigenes Wissen und ihre eigenen Erfolgsglaubenssätze in Frage stellen. Dies ist das Ziel dieses 2-teiligen Management Programms für Advanced Leaders.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Strategisches Management im Wandel

Der erste Seminarteil besteht aus einem 4-tägigen St. Galler Strategie-Seminar. Schritt für Schritt führen wir durch das aktuellste Strategie-Wissen und bieten die Möglichkeit, eigene Erfahrungen mit jenen der besten Unternehmen zu vergleichen.

Strategisches Management als Konzept

Einführung in die Grundphilosophie, Entwicklungsgeschichte, empirischen Erkenntnisse, Methoden und Praxisanwendungen des strategischen Managements:

- > Strategie als Weichenstellung für die Zukunft
- > Die wichtigsten strategischen Fragestellungen
- > Der Prozess der Strategieerarbeitung und Strategieimplementierung; Der St. Galler Strategieansatz
- > Strategisches Management in turbulenten Zeiten
- > Strategisches Segmentieren in Geschäftsfelder als kritische Weichenstellung der zukünftigen Unternehmensentwicklung

Weitermachen wie bisher oder radikale Veränderung?

Andauernder Erfolg in der Vergangenheit macht blind für die Notwendigkeit zur Veränderung. Nichts ist bequemer, als auf bekannten Wegen mit bewährten Verhaltensweisen den Erfolg konservieren zu wollen. Und nichts stört diese Idylle mehr als vorausschauende Denker, die schwache Signale erfassen, um daraus eine zukünftige Krise abzuleiten. Weder Verdrängen noch Übertreiben sind die richtigen strategischen Verhaltensweisen. Bei der «Methode des Verdrängens» besteht die grosse Gefahr, dass nötige Anpassungen so lange hinausgeschoben werden, bis der in den Ergebnissen sichtbar gewordene Leidensdruck eine grundlegende Erneuerung erzwingt. Oft gilt dann: «Wenn strategische Fehlleistungen sich in den finanziellen Ergebnissen widerspiegeln, ist es für ein geordnetes Agieren zu spät.» Bei der Methode des Übertreibens versuchen Querdenker, Visionäre und «kreative Spinner» die Unternehmensleitung für die Dringlichkeit strategischer Weichenstellungen zu sensibilisieren. Wir plädieren für einen Mittelweg, der sowohl evolutionäre Entwicklung als auch radikalen Wandel zulässt.

Wer sich rechtzeitig mit den Kernfragen der Zukunftssicherung beschäftigt, hat meist mehrere Optionen, mehrere «mögliche Zukünfte»:

- > Wie werden erfolgversprechende strategische Optionen entwickelt?
- > Welche strategischen Optionen gibt es, was sind deren Vor- und Nachteile sowie Implementierungsvoraussetzungen?
- > Wie werden strategische Optionen bezüglich ihrer Erfolgsträchtigkeit und Realisierungschance bewertet?

Ehrgeizige Ziele, bestmögliche Strategien

Ist der Handlungsspielraum, aber auch der Veränderungsbedarf erkannt, so beginnt der Prozess der Erarbeitung der bestmöglichen Strategie. Meist gibt es viele Optionen. Nur eine einzige oder wenige in Kombination kommen in Frage. Das Entwickeln von Optionen, deren Bewertung und letztendlich die Formulierung der bestmöglichen Strategie sind kein Sandkastenspiel. Es geht um Unternehmenswert, Nutzen für Kunden, Arbeitsplätze. Mit einer einzigen zentralen Weichenstellung können Sie alles gewinnen oder alles verlieren. Führungskräfte sind verpflichtet, hier das beste und bewährteste Strategiewissen einfließen zu lassen. Das Resultat eines intensiven Diskussionsprozesses sind

- > eine klare Weichenstellung für die nachfolgenden Führungsebenen
- > ehrgeizige Ziele v.a. zu Marktposition, Kernkompetenzen, Wachstum und Rentabilität.

Strukturen und Prozesse

Strategische Veränderungen bedingen meist auch eine Anpassung der Organisationsstruktur und der Prozesse. Wie die «strategische Reorganisation» gemacht wird, zeigen wir anhand erfolgreicher Praxisbeispiele.

Teil 2: Erfolgsfaktor Führungskompetenz

Teil 2 des Seminars behandelt das Thema «Erfolgsfaktor Führungskompetenz». In 3 Seminartagen beschäftigen wir uns mit jenen Fragen, die dann auftauchen, wenn die Konzepte stehen. Kein Konzept realisiert sich von alleine. Es braucht Führung und Sozialkompetenz, um im Geschäftsalltag genau das zu bewirken, was als strategische Stossrichtung und ehrgeizige Zielvorgabe geplant war.

Sozialkompetenz für Führungskräfte

- > Umsetzung von Strategien bedingt Sozialkompetenz
- > Was Sozialkompetenz beinhaltet
- > Das persönliche Leistungspotenzial
- > Häufige Verhaltensmuster in Führungssituationen
- > Die beeinflussbaren Faktoren der Persönlichkeit weiterentwickeln

Motivation für die Veränderung

- > Gesetze der Motivationslehre kennen und anwenden
- > Das Wertesystem des Unternehmens und seiner Führungsmannschaft mit dem persönlichen Wertesystem der Mitarbeiter abgleichen
- > Techniken zur Energiegewinnung
- > Empowerment
- > Die Bedeutung der Intuition

Persönliche Stärken im Führungsprozess

- > Ungenutzte Leistungsreserven erkennen und nutzen
- > Die Macht der Gewohnheiten
- > Motivation fördern und in Spitzenleistungen überführen
- > Aus motivierten Mitarbeitern engagierte Leistungsträger machen

Konzentration auf Resultate

- > Selbststeuerung und mentale Techniken
- > Umgang mit Hektik und Stress, Arbeitseffektivität
- > Richtiges Delegieren als Basis für die Konzentration auf das Wesentliche
- > Coaching und Team-Management

Die Führungskraft als Kommunikator

- > Stärke im Kommunizieren
- > Mit rhetorischen Fähigkeiten überzeugen
- > Gewinnende Kommunikation
- > Mitarbeitergespräche
- > Für gemeinsame Ziele begeistern

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1112	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Flims	14.–16. März 2012
ML1122	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML1132	1. Teil	Brunnen	18.–21. Juni 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML1142	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Davos	14.–16. November 2012

Seminargebühr*: CHF 7900.– / EUR 5600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls11

* zzgl. 8% MWST

Acht intensive Seminartage in 2 Teilen für Vorstände, Geschäftsführer, Executives und Führungskräfte, die sich in ihrem Verantwortungsbereich als Vorreiter des Strategischen Denkens und des Managements des Wandels betätigen und konkrete, praxisgeeignete Impulse suchen.

KONZEPT

Die Strategische Führung – und damit auch die Umsetzung der Veränderungen im Tagesgeschäft – gehören zur Funktion einer Führungskraft mit Executive Verantwortung. Dennoch ist es gar nicht so einfach, beides gleichzeitig zu tun: «Strategisch» zu denken und die Geleise in eine erfolversprechende Richtung zu legen ist Kopfarbeit. Zuerst braucht es viel Weitsicht, solange es um das Erkennen von Trends, zukünftigen Kundenbedürfnissen und technologischen Möglichkeiten geht. Dann ist Kreativität gefordert, um Strategische Optionen im Sinne möglicher Marktpositionen zu finden; Mut, um in Innovationen und das Geschäft der Zukunft zu investieren; Realitätssinn, um bestehende Marktpositionen zu optimieren; mathematische Logik, um den Barwert von Investitionen und zukünftiger Gewinne zu berechnen. Das Resultat sind wunderbare Strategien, Investitionspläne, Wertberechnungen, die anhand schöner Powerpoint Charts wirkungsvoll präsentiert werden. Dies alles ist wichtig und richtig. Nur: Es passiert noch nichts. Resultate werden immer nur im Tagesgeschäft erbracht. Wer Führungserfahrung hat, weiss: Dies ist Knochenarbeit. Die Schlagwörter dazu heissen «Change Management» und «Execution».

Die mit Abstand erfolgreichsten Führungskräfte sind jene, die in beiden «Management-Disziplinen» über die nötige Kompetenz verfügen und die es verstehen, beides miteinander zu verbinden. Dazu liefert der einzigartige St. Galler Strategie & Leadership-Ansatz wertvolle Unterstützung.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Leading Strategy

Was macht eine Führungskraft, die sich als Treiber des Strategischen Managements versteht? Das 4-tägige St. Galler Strategie-Seminar zeigt das Denken, die Wirkungsmechanismen und empirischen Gesetzmässigkeiten, das schrittweise Vorgehen und die Instrumente eines gekonnten Strategie-Managements auf.

Realität des Strategischen Managements

Jeder ist ein Stratege. Aber es gibt Unterschiede. Es gibt Führungskräfte, die viel über Strategie reden, aber keine Weichen stellen. Es gibt Firmen, in denen alle von ihren Strategien sprechen, aber jeder meint eine andere. Es gibt Bereiche, die eine klare eigene Strategie verfolgen – doch leider ist diese nicht konform mit der Gesamtstrategie des Unternehmens und wird früher oder später von oben abgeklemmt. Und es gibt Executives, die fest der Meinung sind, Ihren Mitarbeitern eine klar verständliche Strategie kommuniziert zu haben, wenn man aber die Mitarbeiter fragt, dies heftig verneint wird.

Die Strategie soll die Richtung vorgeben. Sie erlaubt es, Ressourcen nach Prioritäten einzusetzen. Sie sagt, was wir sein wollen, aber vor allem auch, was wir nicht sein wollen. Damit reduziert sie Komplexität.

Was also, wenn wir nur glauben eine Strategie zu haben, de facto aber keine einheitliche Auffassung über das Was und das Wie vorhanden ist. Ohne das Was und das Wie auch kein Wer: Alle warten auf Vorgaben, statt die Handlungsspielräume zu nutzen und Impulse für die Entwicklung zu setzen. Ohne Zweifel: Der Wirkungsgrad der Unternehmung sinkt. Und zwar massiv. Mittelfristig bedeutet dies Verlust an Marktposition, Verlust an Wachstums-Momentum, Verlust an Unternehmenswert, Verlust an Motivation, Verlust an Führbarkeit, Verlust an Reputation und Arbeitgeberattraktivität.

Es versteht sich von selbst, dass diese häufig beobachtete Realität des Strategischen Managements nicht akzeptiert werden darf.

St. Galler Strategie Konzept:

Best practices des Strategischen Managements

Gute Strategien sind meist ganz einfach «gestrickt». Sie haben auf einem Blatt Papier Platz. Dadurch sind sie präzise formuliert, exakt auf den Punkt gebracht. Die Frage, was die Unternehmung mit ihren Geschäftsfeldern in Zukunft sein will und was nicht, wird in wenigen Sätzen beschrieben. Damit erhält die Strategie ein klares Profil – sie wird kommunizierbar. Sie wird verstanden. Sie wird akzeptiert, denn sie ist die Antwort auf Veränderungen von aussen und Möglichkeiten von innen, an die alle glauben. Und weil sie akzeptiert und für richtig empfunden wird, werden sich eine grosse Zahl an Leistungsträgern im Unternehmen für ihre Umsetzung engagieren.

Dummerweise ist es viel schwieriger, eine Strategie auf einem Blatt Papier zu formulieren als auf 10 oder 100. Und es ist auch nicht so, dass eine Führungskraft alleine (z. B. der CEO) die Strategie schreibt. Das Wissen über Märkte, Kunden und Kundenbedürfnisse, technologische Möglichkeiten, Wettbewerb, Branchendynamik, Umfeldveränderungen usw. ist auf viele Köpfe verteilt. Viele müssen also in den Prozess der Strategie-Erarbeitung einbezogen werden. Wachstum findet organisch oder via Zukäufe statt, neue Ländermärkte sind aufzubauen, Portfolio-Bereinigungen vorzunehmen, Wertschöpfungstiefe zu überdenken und vieles mehr.

Um die Vielfalt der strategischen Handlungsmöglichkeiten auf den Punkt bringen zu können, braucht es ein exaktes, schrittweises Vorgehen, einen strukturierten Prozess der Strategie-Erarbeitung. Jeder einzelnen Phase sind genau definierte Arbeitsprogramme mit jeweiligen Strategie-Tools zugeordnet.

Wir vom SGMI Management Institut St. Gallen gehören zu den erfahrensten St. Galler Strategie-Experten und haben diesen Prozess zusammen mit dem Management vieler Unternehmen (Konzerne, Grossunternehmen, Mittelstand und KMU) hundertfach durchgespielt. Im ersten Seminarteil stellen wir Ihnen unsere gesammelte Erfahrung zur Verfügung.

Teil 2: Change Management

Teil 2 des Seminars behandelt das Thema «Change Management». Neue Strategien bringen Wandel für Mitarbeiter, die meist die Weiterführung des Bestehenden dem unbekanntem Neuen bevorzugen. Widerstand gegenüber Neuem ist weit verbreitet. Der Erfolg der Strategie steht und fällt somit mit einem gekonnten Change Management und einem Management des Wandels. In diesem 4-tägigen Seminar lernen Sie, einen Veränderungsprozess systematisch einzuleiten und zu steuern.

Neue Erkenntnisse zur «Execution»

- > Trends im Change Management
- > Erfahrungen aus der Praxis
- > Von der Vision und der Strategie zur konkreten Umsetzung im Geschäftsalltag

Wie manage ich Veränderungsprozesse?

- > Die Phasen eines Transformationsprozesses
- > Implementierungs-Barrieren erkennen und abbauen
- > Instrumente der Einbindung von Mitarbeitern
- > Die Koalition der Veränderungswilligen schaffen

Psychologie der Veränderung

- > Was Tiefenpsychologen zu Fundamentalwandel wissen
- > Blockaden und Ablehnung
- > Typologie der Umsetzungswilligen und -verweigerer

Veränderungen bewirken

- > Den Veränderungsprozess steuern
- > Führung im Wandel: Die Erfolgsfaktoren
- > Lernen von den Besten: Was funktioniert, was nicht?

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Teil	Ort	Datum
ML1212	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Luzern	11.–14. Juni 2012
ML1222	1. Teil	Brunnen	18.–21. Juni 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012
ML1232	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012

Seminargebühr*: CHF 8500.– / EUR 6100.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls12

* zzgl. 8% MWST

VORBEREITUNG AUF EINE TOP MANAGEMENT POSITION

Dieses 2-teilige Seminar bereitet Sie in 7 Seminartagen auf Themen und Fragestellungen vor, mit denen Sie sich bei Übernahme einer Top Management Position zwangsläufig noch intensiver als heute beschäftigen werden. Themen, die aus Sicht der Gesamtleitung oder der Mitverantwortung in einem obersten Management-Team erfolgsentscheidend sind, werden von erstklassigen Dozenten praxisnah eingebracht.

KONZEPT

Welche Konzepte und Management-Methoden haben sich in der Praxis bewährt? Wann und wie sind sie zum Einsatz zu bringen? Was ist richtig und was falsch, um hoch gesteckte Ziele zu erreichen?
Die Luft in den obersten Führungsetagen ist ziemlich dünn geworden. Top Manager werden zuerst mit Vorschusslorbeeren überschüttet, innerhalb von 100 Tagen bereits an ihren Erfolgen gemessen und im Durchschnitt nach einigen wenigen Jahren mehr oder weniger freiwillig verabschiedet. Einige haben sich darauf spezialisiert, mit dem goldenen Handschlag und Stock Options viel Geld zu verdienen und nach drei erfolgreichen Rauswürfen saniert zu sein. Wen wundert es da, dass Familienunternehmen und Unternehmen, die aus einer nachhaltigen Perspektive gesteuert werden, in allen Studien der letzten Jahre als Sieger bezüglich Wachstum und Ergebnissen abschneiden?
Dieses Seminar eignet sich für all jene, die eine Top Management Position nicht als Basis für persönliche Bereicherung, sondern als Übernahme einer umfassenden Verantwortung für das Unternehmen, seine Kunden und seine Mitarbeiter betrachten. Es eignet sich für jene, die herausragende Leistungen mit Ihrem Team erzielen wollen, damit Prosperität und Wohlergehen für viele schaffen und ihren eigenen Bonus weniger mit kurzfristigen Börsenschwankungen als mit überzeugenden Leistungen und langfristiger Wertsteigerung verknüpfen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: CEO- und Senior Executive-Seminar

Das 4-tägige Top-Seminar wirft Fragen über die richtige Art der Strategischen Führung auf und bietet Antworten anhand von best practices und Erfolgsbeispielen aus der Praxis.

Es zeigt, wie mit Paradigmenwechsel, Verlagerung von Marktschwerpunkten, technologischen Veränderungen und einer neuen Kundenorientierung umzugehen ist, welche neuen Ansätze das Strategische Marketing zu bieten hat, wie Top Manager richtig kommunizieren und wie Wachstum, Rentabilität und Unternehmenswert zu steuern sind.

Strategisches Management im Wandel

Das Top Management gibt die Richtung vor, setzt Ziele und Prioritäten und steuert den strategiegerechten Einsatz der Mittel. Schnellere Veränderungen verkürzen den Lebenszyklus einer Strategie, nicht selten auf 2 bis 3 Jahre, manchmal 5. Die Zeit, um eine bestehende Strategie zu überprüfen oder eine neue zu entwickeln, reduziert sich dementsprechend: Auf 2 oder 3 Monate vom Beginn des Strategieprojektes bis zur entscheidungsreifen Vorlage.

Meist unterteilt sich die Unternehmung in mehrere Geschäftsfelder, die wiederum in mehrere Business Units. Dazu kommt die Differenzierung nach Ländern, nach Kundensegmenten, nach Vertriebswegen, nach Marken. Wer oben strategisch steuert, hat neben dem qualitativen auch ein quantitatives Problem. Schnell sind es dutzende, ja sogar hunderte von Strategien, die unten erarbeitet, durch das Controlling konsolidiert und oben entschieden werden müssen.

Wir zeigen,

- > wie inhaltlich überzeugende Strategien erarbeitet werden,
- > welche Gesetzmässigkeiten und Wirkungsprinzipien des strategischen Managements dabei zu beachten sind und
- > wie der Prozess vom ersten Kick-off-Workshop bis zur entscheidungsreifen Vorlage strukturiert und von oben gesteuert wird.

Kundenbedürfnisse und neues Marketing

Niemand will Produkte – gefragt sind Lösungen. Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme gehören ins Zentrum jeder Unternehmenssteuerung. Doch wer sind unsere Kunden? Sind es Konsumenten, die wir direkt oder über Händler und Vertriebspartner erreichen? In diesem Fall bestimmen die Gesetze des «Consumer Marketing» unser Geschäft (B2C). Sind es Unternehmen, die mit Key Account Management und den Gesetzen des B2B erreichen können? Beide Varianten des Marketings haben jedoch eines gemeinsam: Die kompromisslose Orientierung am ungelösten Kundenbedürfnis. Denn dieses erlaubt uns, ausgehend von den Stärken der eigenen Unternehmensmarke oder der Produktmarken uns in ein ganzes Lösungsgebiet zu entwickeln. Themen wie Markendehnung, Line Extension, System-Selling oder Solution-Selling bieten viel Spielraum für Innovation, Neugeschäft und Umsatz- wie Wertwachstum.

Die gekonnte Kommunikation

Das Top Management muss kommunizieren. Gutes und Erfreuliches. Aber auch Problematisches. Im Extremfall ist Krisenkommunikation angesagt. Ein Tag des Seminars ist für die Schärfung der Kommunikationsfähigkeiten vorgesehen.

Mehr Ergebnis, mehr Wert

Bessere Ergebnisse in Form von EBIT, ROCE oder ROS, steigender Unternehmenswert und mehr Dividende – wer sonst wenn nicht das Top Management wird mit diesen Anforderungen konfrontiert. Firmenkäufe, Fusionen und Verkäufe, aber auch der Einstieg eines Private Equity Partners – dies alles gehört zum Kompetenz-Portfolio eines Top Managers.

Teil 2: Führungskompetenz & Leadership

Wer sich im obersten Management bewegt, hat kaum noch Zeit und meist auch keine Lust, sich in grundsätzlichen Themen der Führung selbst in Frage zu stellen und den eigenen Führungsstil zu hinterfragen. Nicht, dass es vielleicht nicht nötig wäre oder nicht eine Bereicherung bringen könnte – aber es passt meist nicht zu der erwarteten Rolle als Führungspersönlichkeit. Viel erfolgversprechender ist es, die eigenen Stärken als Führungskraft zu erkennen und gezielt zum Einsatz zu bringen.

Sich selbst kennen

- > Die Führung der eigenen Person
- > Das eigene Führungsverhalten
- > Persönliche Ziele, Persönlichkeitsstruktur und Rolle als Führungskraft
- > Die persönlichen Stärken als Führungspersönlichkeit besser nutzen

Was gute Führung bewirkt

- > Gute Führung als Leistungs-Verstärker
- > Den Wirkungsgrad der Organisation steigern
- > Dynamik und Resultatbezug

Was starke Führungspersönlichkeiten auszeichnet

- > Modernes Führungsverständnis
- > Wirkungsvoller Führungsstil
- > Vertrauen als Basis für Delegation, Selbstorganisation
- > Umgang mit Konflikten

Leadership-Kernkompetenzen

- > Gemeinsam motivierende Ziele vorgeben
- > Viel fordern, aber auch coachen und fördern
- > Führen mit Beispiel
- > Gekonnte Kommunikation
- > Einsatz leistungsverstärkender Führungsinstrumente
- > Anreize für überdurchschnittliche Leistungen schaffen

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML1312	1. Teil	Weggis
	2. Teil	Horn
ML1322	1. Teil	Horn
	2. Teil	Flims

Seminargebühr*: CHF 8500.– / EUR 6100.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls13

* zzgl. 8% MWST

OPTIMIEREN DES HEUTIGEN GESCHÄFTS

In diesem zweiteiligen Seminar lernen Sie, die Möglichkeiten des heutigen Geschäfts optimal zu nutzen und Programme zu lancieren, die es ermöglichen, bestehende Marktpositionen besser zu nutzen und bereits aufgebaute Ergebnis- und Rentabilitätspotenziale optimal auszuschöpfen. Das Seminar richtet sich an Führungskräfte in General Management-Positionen, an solche, die in diese Positionen nachrücken wollen und an Leiter/innen von Profit Centers, die rasch bessere Ergebnisse in ihrem Verantwortungsbereich erzielen wollen.

KONZEPT

Es gibt Unternehmen, die sich in der Vergangenheit intensiv mit Innovation, neuen Strategien und Investitionen in die Zukunft beschäftigt haben. Nun ist es an der Zeit, diese Aufbauarbeit durch ein gekonntes operatives Management zu kapitalisieren.

Andere wiederum zeichnen sich dadurch aus, dass sie schon seit längerem mit ihrem Erfolg zufrieden sein dürfen. Zu zufrieden, denn gerade in sehr erfolgreichen Geschäften schlummert oft ein grosses ungenutztes Ergebnispotenzial, das sich sehr schnell und ohne vorgängige Kurskorrektur erschliessen lässt.

Zahleich sind auch jene Unternehmen, die es nicht schaffen, ihre starke Position am Markt in eine weit überdurchschnittliche Rentabilität zu überführen. Die Kernkompetenzen verpuffen, aus unterschiedlichen Gründen.

Und dann gibt es noch jene Vielzahl an Unternehmen, die gemäss neuesten Studien bis zu 30 % ihrer Aktivitäten mit Verlust abwickeln. Die Verlustbringer bleiben jedoch oft im Verborgenen. Sie verstecken sich hinter Gesetzmässigkeiten, die das Controlling nicht erfasst.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit gehört auch Ihre Unternehmung einer dieser 4 Grundtypen an. Wenn Sie dieses Seminar besuchen, dann werden Sie dies für Ihren eigenen Verantwortungsbereich herausfinden. Sie erhalten ein Instrumentarium und ein Navigationssystem zur Optimierung des laufenden Geschäfts mit dem Ziel, ohne weitere Investitionen eine erhebliche, rasche Ergebnisverbesserung bewirken zu können.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: General Management im heutigen Geschäft

Die Marktpositionen und die dahinter liegenden Kompetenzen und Wettbewerbsvorteile sind das Resultat der Aufbauarbeit der letzten Jahre. Viel an Erfahrung, Engagement, Versuch und Irrtum sowie Investition musste aufgebracht werden, um das Geschäft von heute so weit zu bringen, wie es ist. Nun ist es höchste Zeit, sich nicht schon wieder primär mit Innovation und New Business Development zu beschäftigen, sondern diese Aufbauarbeit zu nutzen. Es ist die Zeit der Ernte. Aus Geschäftspotenzial soll ein

Geschäft werden. Im ersten Seminarteil wollen wir jedoch diese Aufbauarbeit näher beleuchten, aus ganzheitlicher Sicht und mit einem General Management-Ansatz. Im zweiten Seminarteil wird der Focus dann eingengt, dort beschäftigen wir uns primär mit der Frage der schnellen Ergebnis- und Rentabilitätssteigerung.

General Management im St. Galler Management-Ansatz

- > Der St. Galler Management-Ansatz
- > Heutiges Geschäft: Einordnung und Zusammenhänge
- > Resultatorientierung und Umsetzungsstärke

Die richtige Strategie

Basis für operationelle Exzellenz ist die richtige Strategie. Die heutigen Marktpositionen sind die Vorsteuerung für überdurchschnittliche Rentabilität. Sind wir in den richtigen Märkten mit den richtigen Marktpositionen vertreten? Sind allenfalls strategische Kurskorrekturen nötig oder können wir das Thema Strategie vorerst zugunsten des Ergebnismanagements zurückstellen?

Unsere Stärke im Marketing

Wettbewerbsvorteile müssen im Markt umgesetzt werden. Welches sind unsere entscheidenden Markterfolgstreiber? Unsere Marken? Unsere Einzigartigkeit? Unser geniales Vertriebsmodell? Kostenführerschaft und Preisaggressivität? Oder Nähe zum Kunden und einzigartiger Kundennutzen im Premium-Segment? Wie können wir zusätzliche Kraft in der Vermarktung des heutigen Geschäfts entwickeln?

Umsetzung im Verkauf

Jeder Markterfolg entscheidet sich letztlich im Verkauf. Innovationsstärke, leistungsfähige Produktion und gute Führungssysteme verpuffen, wenn die Stärke im Verkauf fehlt. Aufgabe des Verkaufsmanagements ist daher, eine für die Branche überdurchschnittliche Verkaufsstärke zu erreichen.

Effizienz-Management

Zur Optimierung des heutigen Geschäfts gehört es auch, an der eigenen Effizienz immer wieder von neuem zu drehen und die Prozesse laufend zu verbessern. Vorsprung dank IT ermöglicht so wichtige Vorteile wie «time to market», Kundennähe, Qualität, Kundenzufriedenheit, Transparenz und Flexibilität.

Teil 2: Controlling und Gewinnmanagement

Ernten als Führungsaufgabe

Führungskräfte stehen in der Pflicht, das Gewinnpotenzial eines Geschäftes auch zu nutzen. Wie funktioniert eine solche Erntestrategie? Wie geht man vor und welche Instrumente können eingesetzt werden, um ein Programm zur raschen Ergebnisoptimierung zu realisieren? Wie kann ein effektives und effizientes Controllingssystem gestaltet werden?

Das Controlling-Instrumentarium zur Ergebnissteuerung

- > Deckungsbeitragsrechnung
- > Vollkosten- und Teilkostenrechnungen
- > Kalkulationssysteme zur Mengenoptimierung
- > Break-Even-Analysen

Die Hebel zur Ergebnissteuerung

Wer Ergebnisse wie EBITDA, ROCE oder ROS schnell und ohne weitere Investitionen verbessern will, hat ein Arsenal an Möglichkeiten. Unsere Dozenten sind selbst seit vielen Jahren als Berater für Ergebnisverbesserung bei renommierten Unternehmen tätig. Anhand des St. Galler Gewinnmanagement-Modells lernen Sie diese Hebel und deren Verästelungen kennen. Sie erhalten ein Instrumentarium, das es Ihnen erlaubt, die eigenen Stellschrauben für Ergebnisverbesserung zu entwerfen und, in einem zweiten Schritt, konkrete Aktionsprogramme zu entwickeln. Alle Instrumente werden an diversen Praxisbeispielen erläutert, sodass eine absolute Vertraulichkeit eigener Daten gewährleistet bleibt.

Gewinnmanagement konkret gemacht

- > Der ROI-Stammbaum als Basis für aktives Gewinnmanagement
- > Die vier Hebel zur Gewinnsteigerung
- > Gewinnmanagement im Lichte der Break-Even-Analyse
- > Planung von Ergebnissteuerungsprogrammen durch konkrete Massnahmen

Die Umsetzung aus strategischer und wertorientierter

Controlling-Sicht

- > Aufbau von strategischen Controlling-Instrumenten
- > Die Balanced Scorecard (BSC) als Instrument zur Operationalisierung von Strategien
- > Performance Controlling
- > Unternehmensbewertung und Bewertung von Business Units als Basis eines wertorientierten Controllings
- > Methoden der Bewertung
- > Massnahmen zur nachhaltigen Wertsteigerung

Die Resultate

Die Resultate lassen sich in aller Regel sehen – Gewinnsteigerungen um 30 % oder mehr sind eher die Regel als die Ausnahme. Nach dem Motto «Tue Gutes und rede darüber» sollten die Resultate aufbereitet und intern kommuniziert werden. Dadurch werden auch Kollegen aus anderen Verantwortungsbereichen für ein solches Programm mobilisiert.

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1412	1. Teil	Flims	23.–26. Januar 2012
	2. Teil	Luzern	07.–10. Mai 2012
ML1422	1. Teil	Luzern	16.–19. April 2012
	2. Teil	Luzern	07.–10. Mai 2012
ML1432	1. Teil	Davos	17.–20. September 2012
	2. Teil	Wildhaus	12.–15. November 2012

Seminargebühr*: CHF 8500.– / EUR 6100.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls14

* zzgl. 8% MWST

WACHSTUMS- UND RENTABILITÄTS-MANAGEMENT

Seminar in zwei Teilen auf Executive- und General Management-Ebene zu den wichtigsten Aspekten und Trends eines Managements, das zwei Ziele gleichzeitig verfolgt: Wachstum und Rentabilitätssteigerung. Für Geschäftsführer, Unternehmer, Vorstände, CEOs, Leiter/innen von Geschäftsbereichen, Business Units und wichtigen Funktionen.

KONZEPT

Wachstum kann Ziel und Mittel zum Zweck sein. Ziel ist es dann, wenn durch überproportionales Wachstum Marktpositionen besetzt und Marktanteile bis hin zur Marktführerschaft gewonnen werden sollen. Zweck ist es, weil ohne Wachstum Stillstand und Margeneinbruch drohen, dank Wachstum hingegen economies of scale nutzbar und Kapazitäten besser ausgelastet werden sowie Firmen mit einer langfristigen Wachstumsvision bezüglich Unternehmenswert besser bewertet werden. Manchmal ist Wachstum einfach auch nur ein Muss: Man wächst mit den Kunden – in neue Märkte, neue Segmente, in die Globalisierung. Wachstum steht in enger Beziehung zu den wichtigsten Aspekten des Finanzmanagements: Wachstum muss finanziert werden und beansprucht Liquidität. Neue Kostenstrukturen mit den gefährlichen langfristigen Fixkosten werden zementiert. Investitionen messen sich an Pay-Back-Perioden und Wirtschaftlichkeitsberechnungen. Bei Vorliegen alternativer Wachstumsprojekte braucht es eine Priorisierung. Die Konsequenzen der Projekte auf Planbilanz, Free Cash Flow-Bewertung und Unternehmenswert sind zu durchdenken. Wachstum passiert zudem auch über Zukäufe und Fusionen. Der erste Teil des Programms besteht daher aus einem 4-tägigen «St. Galler Finanzmanagement-Seminar», der zweite Teil aus einem 4-tägigen Seminar zum Thema «Strategisches Management».

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: St. Galler Finanzmanagement-Seminar

Führungskräfte mit Verantwortung für finanzielle Ergebnisse müssen die Steuerungsinstrumente und Instrumente des modernen Finanzmanagements verstehen und anwenden können, unabhängig davon, ob sie Spezialisten aus Finanzen und Controlling sind oder Ihre Karriere über Bereiche wie Technik, Entwicklung, Produktion, Marketing, Verkauf, Einkauf, IT, Zentralfunktionen Projektleitung oder Politik aufgebaut haben.

Die finanzielle Führungsverantwortung im Überblick

Was gehört zu einer finanziellen Steuerung und welche Instrumente müssen heute eingesetzt werden, um die Verantwortung über das Finanzmanagement (mit)tragen zu können?

Gewinn, Rentabilität und Liquidität steuern

Welche Kenntnisse sind nötig, um Planungen kompetent zu hinterfragen, Investitionsanträge zu prüfen und Controlling-Auswertungen sinnvoll nutzen zu können?

Preisstrategie und Preismanagement

Die richtige Preisfindung ist Chefsache, sie kann nicht in die Kalkulationsabteilung delegiert werden. Zwischen Premium- und Discount-Preis gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten. Preisstrategien müssen von oben vorgegeben werden.

Kostenmanagement

In preismempfindlichen Märkten sind Kostennachteile automatisch Gewinn- und Wertvernichter. Aktives Kostenmanagement ist zu betreiben, um jene Kostenposition zu erreichen, die aufgrund der Preisstrategie die zielführende ist.

Priorisierung von Geschäften

Wie sollen die finanziellen Ressourcen eingesetzt werden? Wie werden Portfolio-Bereinigungen durchgeführt? Und wie wird der Kampf um Ressourcen intern so organisiert, dass er zu den richtigen Entscheidungen und zu einem fairen Wettbewerb, nicht zu einem internen Zerfleischen, führt?

Mergers and Acquisitions

Wer schneller als der beste Wettbewerber wachsen will, kommt um externe Zukäufe kaum herum. Wie alle wissen, eine Strategie mit Chancen, aber auch vielen Fallstricken. Welche Gesetze müssen bei M&A berücksichtigt werden?

Rentables Wachstum

Wachstum um jeden Preis oder rentables Wachstum? Wie können die finanziellen Ziele und Wachstumsziele gleichzeitig realisiert werden? Welches Wachstum steigert den Unternehmenswert?

Teil 2: Strategisches Management

Wie werden Wachstumsstrategien konzipiert und erfolgreich umgesetzt? Wie funktioniert die Suche nach den Geschäftsmöglichkeiten der Zukunft und wie können kreative Geschäftsmodelle und ungenutzte Möglichkeiten im bestehenden Geschäftssystem zu einer kraftvollen Wachstumsvision verdichtet werden?

Strategisches Management als Konzept

- > Der St. Galler Strategie-Ansatz: Der Prozess der Strategiearbeit und Strategieimplementierung
- > Geschäftsfelder als Planungseinheiten
- > Den strategischen Handlungsbedarf erlernen
- > Erfolgsversprechende Strategieoptionen
- > Strategien formulieren, Strukturen verändern

Wachstum als mögliche strategische Option

- > Ist Wachstum eine Überlebensnotwendigkeit oder eine interessante strategische Option?
- > Gibt es eine minimale und eine optimale Grösse oder ist die Frage des Wachstumstempos primär eine Frage unserer eigenen Ziele?
- > Wie beeinflusst der Konsolidierungs-Prozess unserer Branche unsere Wachstumsstrategie?

Die Wachstumstreiber bestimmen

- > Welches sind die Treiber des Wachstums?
- > Gibt es Wachstumsbarrieren und wie können wir diese umgehen?
- > Welche Wachstumspfade gibt es, welche sind die richtigen und welche die falschen?

Wachstumsziele

- > Schneller als der Markt wachsen
- > Rentabel wachsen
- > Qualitativ und mit höherer Wertschöpfung wachsen
- > Struktur- und prozessbewusst wachsen
- > Mitarbeiter- und fähigkeitsbewusst wachsen
- > Chancenfokussiert wachsen

Neue Märkte schaffen

- > Die Märkte der Zukunft frühzeitig erkennen
- > Neue Geschäftspotenziale dank Orientierung an Kundenbedürfnissen und technologischen Durchbrüchen
- > Kernkompetenzen für neue Geschäftsmodelle nutzen
- > Beispiele aus der Praxis

Business Development

- > Strategien für neue Geschäftsmodelle entwickeln
- > Die besten Markteintritts- und Marktaufbaustrategien
- > Strukturen und Prozesse auf das Neugeschäft ausrichten

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML1512	1. Teil	Horn
	2. Teil	Brunnen
ML1522	1. Teil	Flims
	2. Teil	Luzern

Seminargebühr*: CHF 9800.- / EUR 7000.- (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls15

* zzgl. 8% MWST



LEADING PEOPLE

SGMI

24 | 10 Principles of Leadership and Life (Deutsch)

26 | Mobilizing People

28 | Managing Change

30 | Excellence in Leadership

32 | Erfolg dank motivierender Führung

34 | St. Galler Führungsmethodik-Seminar

35 | Rhetorik für Manager

36 | Verhandlungstechnik

37 | Auftreten und Wirken

10 PRINCIPLES OF LEADERSHIP AND LIFE (Deutsch)

3-tägiges Intensivseminar zu den Leitsätzen effektiven Leaderships. Speziell geeignet für Executive Führungskräfte und Praktiker mit dem Wunsch nach persönlicher Weiterentwicklung und der Neugier nach modernen Wegen des Leaderships sowie für Führungskräfte, die sich auf eine neue Aufgabe optimal vorbereiten wollen.

KONZEPT

Thesen und Strategien zu Leadership gibt es unendlich viele. Das 3-tägige Intensivseminar fokussiert auf 10 Leitsätze effektiven und modernen Leaderships.

Eine Führungskraft steht nicht gleich zu Beginn der beruflichen Laufbahn «massgeschneidert» in den Startlöchern. Ein Führungsstil muss entwickelt werden, er wächst und wandelt sich durch den persönlichen Erfolg und Misserfolg, aber auch durch die Beobachtung anderer. In besonderen Lebenssituationen werden oft auch die eigene Vision und Wertvorstellungen in Frage gestellt und neu definiert. Die persönliche Weiterentwicklung ist somit ein wichtiger und lebenslanger Prozess. Zusammen mit fundamentalen Fähigkeiten die Basis für gutes Leadership.

Dieser Prozess der persönlichen Weiterentwicklung, auf beruflicher wie auch auf privater Basis, steht im Mittelpunkt des interaktiven Seminars.

THEMENSCHWERPUNKTE

Tag 1

Jede Führungskraft hat im Team oder im Unternehmen mehrere professionelle Rollen zu erfüllen:

«Die Management-Rolle». Mit der Organisation des Tagesgeschäfts, dem Aufbau von Systemen und Prozessen, dem Fällen von kurzfristigen Detailentscheidungen sowie dem Lösen von Problemen oft nach dem Feuerwehrmann-Prinzip.

«Die Coaching-Rolle». Mit Anleitung und Unterstützung jedes einzelnen Mitarbeiters bei der Entwicklung der Kompetenzen seines Arbeitsbereichs sowie seiner Persönlichkeit. Eine Fähigkeit, die als Brücke erst von Management zu Leadership führt.

«Die Clienting-Rolle». Mit intensivem Augenmerk auf die neu akquirierten Kunden sowie der vitalen Betreuung und Pflege des bestehenden Kundenstamms.

«Die Leading-Rolle». Mit der Entwicklung von Visionen, Werten, Strategien und Innovationen sowie dem Wecken von Begeisterung für diese bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Der erste Seminartag thematisiert diese Rollen, zeigt Führungsstile und Führungsaufgaben.

Paradigmenwechsel

- > «Out of the Box»-Thinking
- > Veränderung der eigenen Sichtweise und Platz für neue Eindrücke schaffen

Das «Bill Gates Model» – 4 professionelle Rollen: Management, Coaching, Clienting, Leadership

- > Reflektieren des eigenen Führungsverständnisses
- > Situationsanalyse
- > Arbeit an Selbst- und Fremdbild sowie Stärken und Schwächenanalyse anhand von 1:1-Coaching-Gesprächen
- > Delegations- und Motivationsverhalten

Effektive Kommunikation als Leader und im Team

- > Die Rolle als Kommunikator verstehen
- > Kommunikationstipps
- > Logik und Ablauf von effektiven Coaching-Gesprächen («peer to peer coaching»)
- > Mentoring

Tag 2

Auf der Basis von 10 Leitsätzen effektiven und modernen Leaderships werden im zweiten Seminartag Entwicklungsschritte bzw. Lernprozesse erarbeitet, anhand derer sich die eigenen Visionen und Wertvorstellungen definieren und überprüfen lassen. Das Themengebiet «Life Balance» fokussiert auf die körperliche wie geistige Regeneration. Wer ein Gleichgewicht zwischen Arbeit, Erholung und Privatleben schafft, bildet die Basis für dauerhaften und nachhaltigen Erfolg. Sowohl Fitness, Ernährungsgewohnheiten, erfolgreiches Stressmanagement und mentale Techniken zur Erholung zählen dazu.

10 Principles of Leadership and Life

- > Verantwortung für sein eigenes Tun übernehmen
- > Klarheit über die eigenen Visionen und Werte schaffen
- > Weg vom Feuerwehrmann-Dasein; Fokus auf wöchentliche Planung
- > The Power of Influence: Tools und Techniken, um die Umwelt positiv zu beeinflussen
- > Schaffen eines Klimas für eine «High Performance Culture»
- > «Heisser Stuhl» mit Feedback innerhalb des Teams
- > «Life Balance» mit innerer Stabilität und Ausgeglichenheit durch Fitness, ausgewogene Ernährung, erfolgreiches Stressmanagement, Entspannung und Erholung
- > Das F.I.T.T.–Prinzip
- > Der Wasser-Effekt
- > 5-Minuten-Workout

100 Day Challenge

- > Umsetzen der Erkenntnisse in die eigene Praxis
- > Persönlicher Aktionsplan

Psychology of Winning-Vision und Erfolg

- > Rollenverständnis
- > Techniken & Tools aus dem Spitzensport
- > Persönliche Motivation

Tag 3

Überdurchschnittliche Leistungen werden nur selten von Einzelkämpfern erbracht. Sie sind meist das Resultat von Teamarbeit und Teamleistungen. Die Fähigkeit der Teamführung wird so immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Der dritte Seminartag zeigt, wie Teams zu Spitzenleistungen geführt und wahre Spitzen-Teams gebildet werden. Neben Möglichkeiten der Teamarbeit werden mit «Tribal Visual Mapping» und «Optimal Outcomes» Instrumente/Techniken vorgestellt, die zur Bearbeitung eigener und firmenspezifischer Herausforderungen anregen.

High Performance Teams

- > Das ideale Team
- > Teamentwicklung
- > Kreation eines «winning spirit»
- > Motivation für Spitzenleistungen
- > Empowerment

Teams in Action

- > Tribal Visual Mapping
- > Optimal Outcomes

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML30112	Flims	11.–13. Juni 2012
ML30212	Flims	03.–05. Dezember 2012

Seminargebühr*: CHF CHF 3900.– / EUR 2800.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls30

* zzgl. 8% MWST

MOBILIZING PEOPLE

In gewissen Situationen reicht gutes Leadership nicht aus. Wenn grosse Leistungen in aussergewöhnlichen Situationen gefragt sind, braucht es mehr als gute Führung: die Fähigkeit, Mitarbeiter, Kollegen, Chefs und andere Leistungsträger für eigene Ziele zu mobilisieren. Mobilizing People ist ein 7-tägiges Seminar in zwei Teilen. Es eignet sich für Führungskräfte, die bereits ein hohes Mass an Führungskompetenz erreicht haben, erfolgreiches Leadership praktizieren und eine nächste Stufe an Umsetzungsstärke erreichen wollen.

KONZEPT

Der Wille versetzt Berge. Wer ein klares Ziel hat und es wirklich erreichen will, wer bereit ist, dafür alles zu geben, wird in vielen Fällen dieses Ziel erreichen. Mobilizing People ist viel mehr als Motivation.

Es beginnt mit einer ehrgeizigen, anfänglich für viele utopischen Zielsetzung: Nicht 5 % Wachstum, sondern Umsatzverdoppelung alle 5 Jahre; nicht Steigerung der Eigenkapitalrendite von 7 auf 10 %, sondern auf 20 %, nicht Beschleunigung eines Prozesses um 10 %, sondern um 50 %, nicht 2 % Produktivitätssteigerung, sondern 20 %.

Mit dem Ziel allein ist noch nichts erreicht. Denn es ist eine Vielzahl an Mitstreitern, die mit dem Virus der Begeisterung angesteckt werden muss, die beseelt davon sein muss, gemeinsam das Ziel zu erreichen. Die Mobilisierung für gemeinsame Ziele und das Begehen eines mühsamen Weges voller Hoffnung, zwischendurch auch voller Rückschläge und letztendlich des gemeinsamen Überschreitens der Ziellinie ist ohne eine gemeinsame Vision nicht erreichbar. Wie diese aussergewöhnliche Führungsleistung erbracht werden kann, das lernen Sie in diesem Seminar.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Executive Leadership-Seminar

Umfassende Leadership-Qualitäten sind die notwendigen Voraussetzungen, um als Führungskraft erfolgreich zu sein. Das 4-tägige Executive Leadership-Seminar zeigt das aktuelle Wissen zum Thema Führung und Leadership und dessen Anwendung in der Unternehmenspraxis auf.

Die Zusammenhänge des Leadership-Ansatzes

Führungskräfte zeichnen sich dadurch aus, dass sie Management zu ihrem Beruf gemacht haben. Nicht jeder Manager ist aber ein guter Leader. Was charakterisiert Führungskräfte, die Überdurchschnittliches bewirken? Welche wirklich zentralen Elemente zeichnen einen «Leader» aus? Am ersten Seminartag behandeln wir die Prinzipien wirksamer Führung.

- > St. Galler Konzept des integrierten Managements
- > Sich selbst als Führungskraft definieren
- > Leadership als Rollenverständnis
- > Gesetzmässigkeiten und Grundlagen effektiver Führung

Zentrale Kernkompetenz: Kommunikation

Die volle Effektivität erreicht eine Führungskraft nur dann, wenn es gelingt, kommunikative Fähigkeiten als persönliche Kernkompetenz in den Führungsprozess einzubringen.

- > Kommunikation als wichtige Kernkompetenz
- > Die Kommunikation des Leaders
- > Wie Kommunikation motiviert und zu Höchstleistungen antreibt
- > Wie Kommunikation frustriert und zu Blockaden und Abwehrhaltung führt

Was erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet

Aus Untersuchungen wissen wir, welches Führungsverhalten besonders erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet. Wir wissen, in welchen Situationen sich welche Führungsstile bewähren und was vermieden werden sollte, um ungenügende Führungsleistung zu vermeiden. Die meisten dieser Erkenntnisse sind verwertbar, da effektives Führungsverhalten erprobt und trainiert werden kann. Im Zentrum des dritten und vierten Seminartages steht daher die Selbsterkenntnis:

- > Wo liegen meine persönlichen Stärken als Führungskraft?
- > Welche Entwicklungsmöglichkeiten hin zu noch mehr Leadership-Qualität möchte ich nutzen?
- > Welche Veränderungen steigern die Mitarbeiterleistung und Mitarbeiterzufriedenheit?

Teil 2: Höchstleistungen dank Führung

Wie werden Mitarbeiter für Höchstleistungen mobilisiert? Im zweiten Teil lernen Sie im Rahmen eines 3-tägigen Seminars, wie «Mobilizing People» in unterschiedlichen Situationen als «Leistungsverstärker» eingesetzt wird.

Die Sehnsucht nach grossen Taten

In jeder Organisation gibt es genügend Mitarbeiter/innen, die etwas Grosses leisten wollen. Diese sind zu identifizieren. In ihnen ist die Sehnsucht nach aussergewöhnlichen Leistungen zu aktivieren.

- > Potenziale meiner Mitarbeiter erkennen
- > Gemeinsame Visionen entwickeln
- > Leitplanken und Zielvorgaben von oben in eigene begeisternde Visionen überführen
- > Die Sehnsucht nach dem gemeinsamen Erfolg wecken
- > Aufbruchstimmung und Mobilisierung für konkrete Aktionen schaffen
- > Jetzt beginnen!

Führungsgesetzmässigkeiten für aussergewöhnliche Leistungen

- > Warum gut sein nicht mehr ausreicht
- > Wenn nur die Besten erfolgreich sind: Beispiele
- > Leistungsstandards für Out-Performer
- > Den Glauben an die Machbarkeit des kaum für möglich Gehaltene bewirken
- > Umgang mit Angst vor dem eigenen Mut
- > Umgang mit Rückschlägen und Zweifel
- > Die Rolle des Leaders in einer Ausnahmesituation
- > Aussergewöhnliche Leistungen über einen längeren Zeitraum erbringen

Mobilizing People:

Die eigenen Führungsqualitäten schärfen

- > Vom Leader zum «Mobilizer»
- > Was es braucht, um Mitarbeiter für höchste Ziele zu begeistern
- > Die persönlichen Mobilizer-Qualitäten erkennen, schärfen und nutzen
- > Erfolge gemeinsam feiern
- > Niederlagen gemeinsam verarbeiten, daraus lernen, erneut in die Offensive gehen
- > Eigene Führungsqualitäten auf Mitarbeiter übertragen
- > Mobilizing People als Führungsprinzip bei nachgelagerten Führungsebenen institutionalisieren

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
83112	1. Teil	Flims 19.–22. März 2012
	2. Teil	Flims 11.–13. Juni 2012
83212	1. Teil	Brunnen 17.–20. September 2012
	2. Teil	Flims 03.–05. Dezember 2012
83312	1. Teil	Flims 19.–22. November 2012
	2. Teil	Flims 03.–05. Dezember 2012

Seminargebühr*: 7900.– / EUR 5600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf06

* zzgl. 8% MWST

MANAGING CHANGE

Was sind die zentralen Erfolgsfaktoren eines Unternehmens? Neuere Studien geben einer ganz bestimmten Fähigkeit einen viel grösseren Stellenwert als bisher erkannt: Der Fähigkeit, notwendigen Wandel mit vollem Engagement voranzutreiben.

Unternehmen und ihre Teilbereiche müssen fit für den Wandel sein. Schon seit Jahren beschäftigt sich das SGMI Management Institut St. Gallen mit den Mechanismen für gekonntes Change Management. Die Erkenntnis: Neues mutig und mit vollem Engagement vorantreiben, gleichzeitig Gutes jedoch zu bewahren ist der erfolgversprechendste Weg. In diesem 7-tägigen Seminar in 2 Teilen vermitteln wir Methodik und Inhalte eines gekonnten Management des Wandels.

KONZEPT

Managing Change ist die Fähigkeit, den Durchbruch zu Neuem zu schaffen, ohne auf Bewährtes und auf die so wertvollen Erfahrungen einer Organisation und Ihrer Menschen zu verzichten. Es ist also weit mehr als «Change Management», das den Fokus primär auf Neues legt und damit oft den Eindruck erweckt, dass alles Neue automatisch richtig und gut und alle Erfahrung alt und unbrauchbar sei.

Managing Change ist die umfassende Steuerung einer weitreichenden, fundamentalen Transformation. Es beinhaltet den mutigen Durchbruch zu Neuem unter Verwertung der gemachten Erfahrung. Dieser neue St. Galler Denkansatz hilft, die Lagerbildung zwischen innovativen Erneuerern und konservativen Bewahrern in einer Organisation zu vermeiden und beide auf ein gemeinsames Arbeiten an einer erfolgreichen Zukunft auszurichten.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Executive Leadership und Managing Change

Wenn Veränderungen im Umfeld zu konzeptionellen Anpassungen in Strategie, Struktur, Kultur oder Prozessen führen, ist Executive Leadership gefordert. Mitarbeiter müssen verstehen, warum ein fundamentaler Wandel nötig wird. Sie müssen begreifen, was mit den neuen Konzepten bezweckt wird und warum sie für den zukünftigen Erfolg so wichtig sind. Vor allem müssen sie jedoch verstehen, was der Wandel von Ihnen selbst abverlangt und welches Verhalten ab sofort richtig, welches falsch sein wird.

Führen, um zu implementieren

Neue Strategien, neue Strukturen und Konzepte, die von «oben» kommen, werden nur selten mit Begeisterung aufgenommen. Es überwiegen Skepsis und Misstrauen oder eine zumindest abwartende Haltung. Nur wenige verstehen das Neue als Chance. Andererseits ist es kaum möglich, per Knopfdruck oder Dekret umzusetzen. Resultate jedoch werden meist auf der operativen Ebene erbracht, also von genau jenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die den Wandel – zumindest teilweise – ablehnen.

- > Akzeptanz für Wandel erreichen
- > Change Management als zentrale Führungsaufgabe
- > Die häufigsten Implementierungs-Barrieren in der Praxis

Mit Leadership zum Implementierungserfolg

Erfolgreiche Umsetzung bedingt vollen Einsatz und Wissen um die Gesetzmässigkeiten des Change Managements:

- > Phasenmodell für erfolgreiches Veränderungs-Management; Implementierungskonzept
- > Kreation eines gemeinsamen «höheren Ziels»
- > Der antizipierte Leidensdruck als Umsetzungsverstärker
- > Schaffen von Erfolgserlebnissen und Verstärkung des Wandels
- > Das erwartete Verhalten vorleben
- > Fördern des kulturellen Wandels durch das eigene Beispiel
- > Implementierungs-Controlling

Instrumente wirkungsvoller Führung

Welche Instrumente und Führungsmethoden gehören zum Handwerkszeug effektiver Führung?

- > Organisation des Wissens
- > Zeit-Management; Priority-Management
- > Richtig delegieren; Mitarbeiter-Portfolio

Anreizsysteme

Wer Selbstorganisation und eigenmotivierte Mitarbeiter und Teams will, schafft Anreizsysteme.

- > Anreize für überdurchschnittliche Leistungen
- > Performance Management und Zielvereinbarungssysteme
- > Möglichkeiten und Grenzen

Teil 2: Leading People

Führen ist immer dann einfach, wenn die Ziele der Mitarbeiter mit den Zielen der Unternehmung weitgehend identisch sind. Dies ist bei grossen Veränderungen meist nicht der Fall. Das eigene Führungsverhalten, das Führen durch Vorbild, ist daher besonders gefordert. Teil 2 des Seminars zeigt, was zu tun ist, um durch persönliche Führungsleistung den Wandel erfolgreich zu gestalten.

Erfolgreich Führen: Das St. Galler Modell

- > Führungsverhalten analysieren und verstehen
- > Das Führungsverhalten auf dem Prüfstand
- > Führungsstil für den Wandel
- > Authentisch führen

Motivation in Zeiten der Unsicherheit

- > Motivationslehre
- > Hindernisse und Barrieren erkennen und überwinden

Kommunikation

- > Managing Change heisst vor allem auch kommunizieren
- > Kommunikation als Führungsinstrument bewusst einsetzen
- > Den eigenen Kommunikationsstil analysieren
- > Selbst- und Fremdfeedback
- > Mitarbeitergespräche als wirkungsvolles Instrument, um volles Engagement für den Wandel sicherzustellen

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Hotel	Datum
57112	1. Teil	Flims		14. – 16. März 2012
	2. Teil	Luzern		11. – 14. Juni 2012
57212	1. Teil	Luzern		11. – 14. Juni 2012
	2. Teil	Horn		29. – 31. August 2012
57312	1. Teil	Davos		14. – 16. November 2012
	2. Teil	Flims		26. – 29. November 2012

Seminargebühr*: CHF 7900.– / EUR 5600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf07

* zzgl. 8% MWST

EXCELLENCE IN LEADERSHIP

Excellence in Leadership ist ein 7-tägiges Seminar in zwei Teilen für Leistungsträger mit hoher Vorbildfunktion und Umsetzungsstärke, dazu mit einem besonderen Schwerpunkt auf Kommunikation – denn Führungskräfte in Executive Positionen verbringen einen grossen Teil ihres Berufslebens mit dem Kommunizieren.

KONZEPT

Der St. Galler Leadership-Ansatz verbindet die «harten» mit den «weichen» Teilen der Managementaufgabe zu einem Gesamtmodell, das eine einzigartige Wirkung auf Umsetzung und Resultate erzeugt. Die Fähigkeit, Handlungsbedarf zu bestimmen, um Veränderungen rechtzeitig als Chancen nutzen zu können und Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für Veränderungen und für die Umsetzung von Strategien und Konzepten gewinnen zu können, ist das zentrale Anliegen unseres integrierten Leadership-Ansatzes. Dies ist der Inhalt des ersten Seminarteils.

Ohne eine gewinnende Kommunikation lässt sich der «wind of change» kaum richtig transportieren, weder nach innen noch nach aussen. Im zweiten Seminar konzentrieren wir uns daher auf das Thema «Executive Communication». Sie haben die Möglichkeit, unter Anleitung eines der renommiertesten Kommunikationsexperten das eigene Kommunikationsverhalten zu optimieren.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Executive Leadership-Seminar

Das St. Galler Leadership-Konzept

Zur Aufgabe einer Führungskraft gehört das Führen. Führen ist eine Disziplin, die man in der Regel nicht gelernt hat. Das Wissen dazu wird im Lauf der Zeit durch Erfahrung autodidaktisch erlernt. Ganz im Gegenteil dazu das Ausführen: Dazu gibt es meist detaillierte Fach- und Ausbildungslehrgänge mit entsprechenden Fachausweisen und Abschlusszertifikaten. Ist Ausführung wichtiger als Führung? Muss Führung nicht auch nach klaren handwerklichen Regeln erfolgen?

Führen statt Ausführen

Mit aufsteigender Karriere eines Managers nimmt der Anteil des Führens zulasten des Ausführens zu. Executive Führungskräfte mit umfassender Verantwortung sollten zwischen 70 % und 90 % führen und die Ausführung tüchtigen Mitarbeitern überlassen, die dies genauso gut, im Idealfall sogar besser als sie selbst erledigen. Ausnahmen bestätigen diese Regel, sie sind gut zu begründen, denn: Die Leadership-Aufgabe einer Führungskraft besteht darin, nicht primär seinen eigenen Wirkungsgrad, sondern jenen einer Vielzahl von Mitarbeitern zu optimieren.

Fokussierung auf Resultate

Dazu bedarf es zu allererst der Fähigkeit, Teams, Abteilungen, Bereiche und eine ganze Organisation auf gewollte und gemeinsam vereinbarte Ziele auszurichten. Das Motto dazu: Von der Vision zur Aktion – eine grosse Spannweite. Was müssen Leader tun, um aus Visionen und strategischen Zielen spürbare Begeisterung, Motivation und Engagement im Geschäftsalltag werden zu lassen?

Das Führungsverhalten des Leaders

Mit Konzepten alleine wird meist wenig Begeisterung erreicht. Zusätzlich braucht es das richtige Führungsverhalten. Inzwischen ist gut erforscht, welches Führungsverhalten besonders erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet. Wir wissen, in welchen Situationen sich welche Führungsstile bewähren und wie die persönlichen Stärken eines Leaders optimal zum Einsatz zu bringen sind.

Teil 2: Executive Communication

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Erfolgreiche Führungskräfte sind meist auch starke Kommunikatoren. Denn ständig sehen sie sich einer ganz besonderen Aufgabe gegenüber: Sie müssen andere von einer Idee überzeugen und diese dazu bringen, ihnen Gefolgschaft zu leisten. Ohne diese Überzeugung bleiben sie alleine mit ihren Vorstellungen. Man hört zwar zu, die Botschaft bewirkt jedoch kein Verhalten.

Die Geheimnisse einer wirkungsvollen Kommunikation

Damit Kommunikation etwas bewirkt, sind ganz bestimmte Regeln anzuwenden. Diese sind erlernbar. Sie trainieren sie im Verlauf des Seminars.

Leitplanken für Kommunikation

Kommunikation ist ein besonders wirkungsvolles Instrument, um Ziele erreichen zu können. Eine umfassende, integrierte Kommunikation, basierend auf einem Kommunikations-Navigationsystem, soll dabei Schnellschüsse und die gefährliche Ad-hoc-Kommunikation in definierten Leitplanken halten.

Gesetze der Rhetorik

Führungskräfte müssen immer wieder einmal aufstehen oder nach vorne gehen, um einen Vortrag oder eine kurze Rede zu halten, einen Toast oder eine Replik anzubringen. Sie lernen den richtigen Aufbau, die Gestaltung und die Durchführung. Mit Dramaturgie und bewusst gewählter Rhetorik. Inklusiv Wege zur Aufmerksamkeit, das Erzeugen von Spannung sowie das Gewinnen von Akzeptanz und Sympathie.

Besonders schwierig: Wandel kommunizieren

Strategisch bedingte Veränderungen sind für viele eine Hiobsbotschaft. Für den Umsetzungserfolg ist das richtige Kommunizieren des Wandels der erste erfolgskritische Schritt. Führen durch Kommunikation beinhaltet aber auch das richtige Vermitteln von positiven Entwicklungen und von Erfolgen.

Kommunikation über Medien

Schon mehr als ein Top Manager ist wegen falschem Umgang mit den Medien gestrauchelt. Der Umgang mit Medien muss trainiert werden. Botschaften sind präzise auszuwählen und gezielt zu verbreiten. Die Entscheidung, als Manager eine Marke zu werden oder dies bewusst nicht zu wollen, ist zu treffen. Nur wer die Logik des Journalismus und der Medien und das Funktionieren der Medienarbeit versteht, kann wirkungsvoll nach aussen kommunizieren.

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML3312	1. Teil	Flims 19.–22. März 2012
	2. Teil	Steckborn 16.–18. April 2012
ML3322	1. Teil	Flims 19.–22. März 2012
	2. Teil	Flims 12.–14. November 2012
ML3332	1. Teil	Brunnen 17.–20. September 2012
	2. Teil	Flims 12.–14. November 2012

Seminargebühr*: CHF 7900.– / EUR 5600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls33

* zzgl. 8% MWST

ERFOLG DANK MOTIVIERENDER FÜHRUNG

Erfolgreiche Führungskräfte besitzen die Fähigkeit zu motivieren. Aus Motivation entsteht Einsatz und Engagement für gemeinsame Ziele sowie Freude und Begeisterung an gemeinsamen Erfolgen. Das 7-tägige Seminar in 2 Teilen richtet sich an Executives, Führungskräfte und Spezialisten, die ihren Wirkungsgrad als Chef und Coach optimieren wollen.

KONZEPT

Führungskräfte suchen Erfolg. Alleine auf sich gestellt, kommen sie dabei meist nicht sehr weit. Um ehrgeizige Ziele zu erreichen, sind sie auf eine Vielzahl von engagierten Mitarbeitern angewiesen. Deren Motivationslage hat einen direkten Einfluss auf die Resultate.

Was kann man daher tun, um dank motivierender Führung ein Klima der Leistung und Arbeitsfreude sowie des Aufbruchs zu erzeugen und, was noch viel schwieriger ist, über einen längeren Zeitraum zu erhalten?

Und wie gelingt dies alles unter ganz speziellen Bedingungen, unter denen es schwierig ist, die Motivationslage aufrecht zu erhalten?

Motivierende Führung in einer «Schönwettersituation» ist einfach. Erst in Zeiten des Wandels und in Situationen der Verunsicherung zeigt sich wirkliches Executive Leadership.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Motivierendes Leadership

Teil 1 ist ein 4-tägiges Seminar zu den besonders wichtigen Themen des motivierenden Leaderships.

Das ideale Bild einer situativ führenden Führungskraft

Zahlreiche Führungsmodelle beschreiben den idealtypischen, situativen Führungsstil. Die Führungskraft soll sich daran messen und sich so verändern, dass sie dem Idealbild möglichst nahe kommt. Was charakterisiert diesen Ideal-Typus?

Schwächen akzeptieren

Dies mag für junge, noch formbare Menschen der richtige Ansatz sein. Erfahrene Führungskräfte sind jedoch meist nicht mehr bereit, sich gross zu verändern. Sie sind, wie sie eben sind, mit Ecken und Kanten, mit Stärken und Schwächen. Warum sollen sie einen oft jahrelang dauernden Prozess einer persönlichen Verhaltensveränderung durchlaufen, nur um einem Idealbild zu entsprechen? Jeder hat Schwächen, auch ein Chef. Wer diese nicht akzeptiert, ist am falschen Platz.

Stärken nutzen

Der erfolgsklassierte Führungsstil konzentriert sich auf Stärken. Jede Führungskraft verfügt über ganz spezifische persönliche Kernkompetenzen. Genau so wie die Unternehmung ihre Strategie an einzigartigen Fähigkeiten und Kernkompetenzen ausrichtet, sollte dies auch eine Führungskraft tun. Dazu ist es nötig, die eigenen Stärken als Führungspersönlichkeit zu identifizieren. Keine einfache Aufgabe, sie liegen nicht auf der Hand!

Authentisch führen

Wer seine eigenen Stärken ausspielt, erreicht fast automatisch jene Souveränität, die sich nur ergibt, wenn man keine Rolle spielt, sondern nur sich selbst, also «authentisch» ist. Mitarbeiter, Kollegen und Vorgesetzte merken sehr schnell, ob eine Führungskraft über innere Ruhe und Selbstsicherheit verfügt. Intuitiv spüren alle, ob ein Chef überzeugt ist von dem, was er an Zielen vorgibt, als Resultat verlangt und als Weg vorschlägt. Denn nur wer selbst von Mission, Werten und Strategie überzeugt ist, kann andere begeistern und motivieren.

Das Führungsverhalten des Leaders

Glaubwürdigkeit und Authentizität ist das eine. Die gelebte Erfahrung der Mitarbeiter im täglichen Umgang mit ihrem Vorgesetzten das andere. Das Führungsverhalten des Leaders muss bestimmten Anforderungen und Regeln entsprechen. Dies gilt für alle. Ganz bestimmte Führungsfehler dürfen auf keinen Fall gemacht werden.

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Verbale und nonverbale Kommunikation sollen das, was gemeint ist, vermitteln. Oft wird jedoch kommuniziert, was nicht gemeint war. Falsche Signale oder falsches Verstehen führen zu falschen Aktionen, zu Missverständnissen, zu Konflikten. Gute und richtige Kommunikation sind für eine motivierende Führung unerlässlich.

Teil 2: Wirkungsvolle persönliche Strategien

Im zweiten Teil werden im Rahmen eines zweitägigen Workshops bedeutende persönliche Leadership-Qualitäten weiter vertieft:

Wirkungsvolle persönliche Strategien

Das Erreichen hochgesteckter persönlicher Ziele erfordert eine aktive und zielorientierte Vorgehensweise. Wie im unternehmerischen Alltag bestimmt auch in der persönlichen Entwicklung die Strategie über die Ergebnisqualität.

Es erfolgt eine zielorientierte Auseinandersetzung mit der persönlichen Strategie. Wie jede Strategie muss diese auf einer seriösen Umfeldanalyse beruhen und einen gangbaren Weg in eine erfolgreiche Zukunft vorschlagen. Gerade weil die persönliche Strategie sehr stark durch die erarbeitende Person geprägt wird, ist neutraler Input eines Spezialisten umso wertvoller.

- > Strategien effektiver Menschen
- > Wege zur Effektivität
- > Persönlichkeitsstrategien
- > Philosophie des Gewinners

INHOUSE & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden. Infos Seite 50ff.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung. Infos Seite 56ff.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML3412	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	02.–03. Juli 2012
ML3422	1. Teil	Wildhaus	02.–03. Juli 2012
	2. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
ML3432	1. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
	2. Teil	Brunnen	10.–11. Dezember 2012

Seminargebühr*: CHF 6900.– / EUR 4900.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls34

* zzgl. 8% MWST

ST. GALLER FÜHRUNGSMETHODIK-SEMINAR

7-tägiger Führungslehrgang in zwei Teilen für Führungskräfte, Abteilungs- und Teamleiter/innen sowie Nachwuchsmanager, die Führungsmethoden erlernen und im eigenen Verantwortungsbereich professionell anwenden wollen.

KONZEPT

Jeder Beruf kennt Instrumente. So auch der Beruf des Managers. Wer seine Effektivität und Effizienz als Führungskraft steigern will, sollte sich dieser Instrumente bedienen. Führungsinstrumente gehören zum «Handwerkszeug» eines Managers, sie müssen erlernt und trainiert werden.

Die Auswahl der im Seminar behandelten Methoden orientiert sich an den Praxisanforderungen, die heute an Führungs- und Nachwuchskräfte gestellt werden: Gekonnte Mitarbeiterführung; Führen mit Zielen; Beurteilung und Förderung von Mitarbeitern; Richtige Arbeitstechnik; Entscheidungstechnik; Moderation von Arbeitsgruppen. Dies sind die Themen des ersten Seminarteils. Im zweiten Seminarteil werden Instrumente und Techniken aus den Bereichen Kommunikation, Gesprächsführung, Meetings und Verhandlungen trainiert.

Das Seminar hilft, die eigene Führungsrolle im Team, in einer Gruppe oder in der Abteilung kompetent und bewusst auszuüben und die eigene Leistung, aber auch jene der Teammitglieder zu steigern.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Führungsmethoden trainieren

4-tägiges Seminar zu den wichtigsten Führungsmethoden und deren Einsatz im Tagesgeschäft.

Instrumente der Mitarbeiterführung

Die Zahl der Untersuchungen über die richtige Form der Mitarbeiterführung ist riesig. Wir komprimieren die Erkenntnisse und zeigen, auf was es bei einer an Leistungs- und Betriebsklima orientierten Mitarbeiterführung ankommt. Sie lernen, die Gesetze von Führung und Motivation richtig anzuwenden.

Führen mit Zielen

Ziele geben die Richtung vor, sie sind ein wichtiges Instrument der Steuerung. Wie werden Ziele vereinbart oder vorgegeben? Woher kommen diese Ziele, wer bestimmt die Zielkategorie? Welche Prinzipien sind zu berücksichtigen und wie werden Ziele so umschrieben, dass sie motivieren, nicht frustrieren? Mit welchen Führungsmechanismen wird die Zielerreichung laufend gesteuert und überprüft? Was tun bei Abweichungen?

Die Mitarbeiter-Qualifikation

Mitarbeiter fair zu beurteilen ist, wie die Erfahrung zeigt, äusserst schwierig. Erbrachte Leistungen sollen anerkannt werden. Aufbauende Kritik soll Einsicht und Bereitschaft für eine Verhaltensveränderung auslösen. Am Seminar trainieren Sie die faire Mitarbeiterbeurteilung und das motivierende Qualifikationsgespräch.

Arbeits- und Entscheidungstechnik

Als Führungskraft müssen Sie drei typische Führungsfehler vermeiden:

- > den Fehler, die falschen oder keine Prioritäten zu setzen
- > den Fehler, alles selbst machen zu wollen, anstatt gute Mitarbeiter aufzubauen und an diese zu delegieren
- > den Fehler, auf Entscheidungen von oben zu warten, statt den eigenen Handlungsspielraum aktiv zu nutzen

Sitzungstechnik, Moderation von Arbeitsgruppen

Sitzungen und Meetings gehören zum Berufsleben. Dort wird informiert, koordiniert, entschieden. Es werden Projekte gestartet und Aufgaben verteilt. Durch richtige Sitzungstechnik und professionelle Moderation von Arbeits- und Projektgruppen kann die Leistung meist beträchtlich gesteigert werden.

Teil 2: Das St. Galler Führungsmodell anwenden

Im zweiten Teil lernen die Teilnehmenden, die Prinzipien und Bestandteile der wirkungsvollen Führung anhand des St. Galler Führungs-Modells anzuwenden.

- > Systematik der Führung
- > Den eigenen Führungsstil analysieren
- > Ein motiviertes Team führen
- > Mitarbeiter entwickeln
- > Mitarbeiter motivieren und begeistern
- > Kommunikation als Führungsinstrument

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML3712	1. Teil	Flims	14.–16. März 2012
	2. Teil	Horn	07.–10. Mai 2012
ML3722	1. Teil	Horn	07.–10. Mai 2012
	2. Teil	Horn	29.–31. August 2012
ML3732	1. Teil	Horn	29.–31. August 2012
	2. Teil	Horn	12.–15. November 2012

Seminargebühr*: CHF 7900.– / EUR 5600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls37

*zzgl. 8% MWST

Wie kann ich meinen Worten mehr Gewicht geben? Wie kann ich Mitarbeiter, Kollegen, Chefs, Kunden, Lieferanten und Systempartner besser überzeugen? Als Teilnehmerin oder Teilnehmer dieses 5-tägigen Rhetorik- und Gesprächsführungsseminars für Manager wissen Sie, dass souveräne Rhetorik für Ihren Erfolg immer wichtiger wird, je höher auf der Karriereleiter Sie nach oben kommen.

KONZEPT

Gewinnen oder Überzeugen? Beide Strategien sind durch gekonnte Rhetorik möglich. Im ersten Teil des Programms beschäftigen wir uns mit dem Thema «Gewinnen dank Rhetorik». Sie haben ein Ziel. Die Macht der Sprache wollen Sie dafür einsetzen, dieses Ziel zu erreichen. Rhetorik ist für Sie ein Instrument. Es hilft Ihnen, Argumente brillant vorzutragen, Gegenargumente zu entkräften, Gesprächspartner zu einer Einsicht zu bringen, die diese selbst vorher nicht für möglich gehalten hätten. Sie verlassen das Gespräch als Sieger.

Im zweiten Teil des Programms ändern wir die Perspektive. Nicht mehr das «Gewinnen» steht im Vordergrund, sondern die «gewinnende Gesprächsführung». Kein «Gewinnen um jeden Preis», sondern das Eingehen auf das, was der Gesprächspartner wirklich will, um die eigenen Ziele dank einer guten zwischenmenschlichen Beziehung besser erreichen zu können. Sie verlassen das Gespräch mit einer gegenseitig akzeptablen Lösung und dem guten Gefühl, Respekt und Sympathie gegeben und erhalten zu haben.

Erfolgreiche Führungskräfte beherrschen beide Rhetorik-Strategien.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Rhetorik für Führungskräfte

Rhetorik als Handwerk

Erfolgreiche Menschen beherrschen das Handwerk «Rhetorik». Mit ihrer Redekunst besitzen sie die Fähigkeit, die Macht der Sprache besonders geschickt und gezielt einzusetzen: Unter vier Augen, in einem Meeting, in einer grösseren Gruppe.

Grundlagen der rhetorischen Schulen

Seit der Antike ist Rhetorik ein Forschungsgebiet. Mehrere «Schulen» vermitteln die aus langer Beobachtung und Experimenten entstandenen Lehren. Welches sind die heute akzeptierten Gesetze und Wirkungsmechanismen der Rhetorik?

Rhetorik-Training

Wer die Gesetze der Rhetorik kennt, kann sie noch lange nicht anwenden. In diesem Seminar erhalten Sie die Möglichkeit, eigene Praxissituationen moderiert in einer kleinen Seminargruppe zu simulieren. Sie erleben sich in unterschiedlichen Situationen, erkennen, wo es Ihnen gelingt, die Gesetze der Rhetorik zum Einsatz zu bringen und wo nicht. Sie werden gezielt darauf vorbereitet, ihre Durchsetzungskraft dank Rhetorik in den anstehenden Praxis-Situationen zu optimieren.

Teil 2: Gespräche führen und verhandeln

Grundlagen der Kommunikation

Basis der Gesprächsführung und der Verhandlungstechnik ist das Verständnis darüber, wie Kommunikation zwischen Menschen funktioniert. Welche Auswirkungen haben beispielsweise Interessenskonflikte und Meinungsverschiedenheiten auf das Gespräch? Welchen Einfluss hat die emotionale Kompetenz in Sitzungen, Streitgesprächen oder Verhandlungssituationen? Wie können die neuesten Erkenntnisse der Kommunikationsforschung in Verhandlungsgesprächen genutzt und eingesetzt werden?

Techniken für Win-Win-Gespräche

Win-Win als Grundsatz erfordert eine geplante Gesprächsstruktur, ein klares Gesprächsziel, den Aufbau von Atmosphäre, die richtigen Rahmenbedingungen. Wünsche des Gesprächspartners sind zu erkennen, die Beziehungsebene ist positiv zu gestalten. Fragetechniken werden eingesetzt, Einwände sachlich behandelt.

Verhandlungssituationen

Entsprechend einem klar konzipierten Ablaufschema kann Verhandlungstechnik geübt und eins zu eins in der Praxis umgesetzt werden. Die Phasen in einer Verhandlung werden definiert, analysiert und schliesslich anhand konkreter Beispiele eingeübt. Das Resultat dabei: Ziele erreichen dank gewinnender Gesprächsführung und Verhandlungstechnik und nicht aufgrund des Einsatzes von Macht oder Druck.

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
81112	1. Teil	Wildhaus
	2. Teil	Steckborn
81212	1. Teil	Brunnen
	2. Teil	Flims
81312	1. Teil	Davos
	2. Teil	Flims

Seminargebühr*: CHF 6900.– / EUR 4900.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf08

* zzgl. 8% MWST

VERHANDLUNGSTECHNIK

3-tägiges Intensivseminar mit dem Ziel, die Techniken des Verhandeln kennen zu lernen und in der Praxis erfolgreich anzuwenden. Besonders geeignet für Führungskräfte, die ihre Verhandlungs- und Argumentationskompetenz sowie ihre Überzeugungskraft hinterfragen, verbessern und schärfen wollen.

KONZEPT

Eine Führungskraft begegnet in ihrem beruflichen Alltag einer Vielzahl von Situationen, in welchen es gilt, die eigene Position zu vertreten und für ihr Unternehmen, ihre Business Unit oder ihr Team ein best mögliches Ergebnis zu erzielen. Es liegt nahe, dass in solchen Situationen der Verhandlungs-, Kommunikations- und Argumentationskompetenz eine erfolgskritische Bedeutung zukommt. Dazu gehört die Fähigkeit, überzeugend aufzutreten und der Gegenpartei – seien es Vorgesetzte, Kollegen, Kunden, Lieferanten oder auch Investoren – mit schlagkräftigen Argumenten und einer ausgefeilten Verhandlungstechnik im Sinne der Erreichung des Verhandlungszieles zu begegnen. Und dies stets vor dem Hintergrund der damit oft verbundenen Gratwanderung, einerseits die eigenen Interessen durchzusetzen und andererseits die Zustimmung der Gegenpartei zu erzielen, ohne dabei die Nachhaltigkeit der Geschäftsbeziehung zu gefährden.

Neben dem Anwenden der wichtigsten Verhandlungstechniken lernen die Teilnehmenden in diesem 3-tägigen Seminar, wie über Kommunikation und Gesprächsführung Vertrauen gewonnen werden kann und in Verhandlungen wie auch in schwierigen Gesprächssituationen eine positive Grundstimmung aufgebaut werden kann. Die Wissensvermittlung am Seminar wird dabei durch den Einbau von realen Beispielen und die Anwendung von praktischen

Hilfsmitteln unterstützt. Immer mit dem Ziel, dass in Verhandlungen erstens Akzeptanz gewonnen und schliesslich ein positives Ergebnis erzielt werden kann.

THEMENSCHWERPUNKTE

Kommunikation als Grundlage

- > Die Grundlagen der Kommunikation
- > Der zwischenmenschliche Kontakt als Quelle der Kommunikation
- > Kommunikation bei Meinungsverschiedenheiten und ungleichen Interessenslagen
- > Einfluss der neuesten Kommunikationserkenntnisse auf die Verhandlungstechnik

Argumentationskompetenz und Rhetorik

- > Kernelemente der rhetorischen Kompetenz
- > Aufbau einer klaren, verstrickungsfreien Argumentationslogik
- > Plausibilisierung und Erhöhung der Schlagfertigkeit der eigenen Argumentationskette
- > Situative Reaktion auf Gegenargumente und unvorgesehene Wendungen in der Gesprächsführung

Verhandlungstechnik

- > Immer das Ziel vor Augen
- > Die wichtigsten Phasen in einer Verhandlung
- > Phasenabhängiger Einsatz der Verhandlungstechniken
- > Strategische und taktische Vorgehensweise in Verhandlungen
- > Der Abschluss: beidseitige Zustimmung mit nachhaltiger Wirkung

Überzeugungskraft

- > Emotionale Kompetenz
- > Die zwischenmenschliche Beziehung
- > Der Umgang mit Meinungsverschiedenheiten
- > Aktives Hinhören, gekonntes Fragen
- > Überzeugen durch Argumentieren
- > Erfolgreiche Gesprächsführung

Kommunikation in Krisensituation

- > Krisenmanagement und kommunikative Kompetenz
- > Kommunikatives Verhalten in Konflikt- und Krisensituationen
- > Erhöhung der Glaubwürdigkeit in der Aussage wie auch im Auftritt

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
84112	Wildhaus	30. Januar–01. Februar 2012
84212	Brunnen	25.–27. Juni 2012
84312	Davos	08.–10. Oktober 2012

Seminargebühr*: CHF 3300.– / EUR 2400.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf12

*zzgl. 8% MWST

Im Zentrum dieses 3-tägigen Seminars steht das Management der eigenen Persönlichkeit. Auf Basis der Erkenntnisse einer gezielten Analyse der Erfolgsfaktoren im persönlichen Auftreten werden neue Techniken und Fähigkeiten entwickelt, um die eigene Persönlichkeit verstärkt in ihrer Wirkung nach aussen einzusetzen.

KONZEPT

Im Zeitalter der Technologisierung der zwischenmenschlichen Kommunikation durch E-Mails, Telefonkonferenzen und Internet-Plattformen könnte man meinen, dass dem persönlichen Auftreten eine immer geringere Bedeutung zukommt. In der Praxis erfährt man aber exakt das Umgekehrte: erfolgreiche Führungskräfte moderner Prägung unterscheiden sich gerade dadurch, dass ihnen ein überdurchschnittliche Gabe in der Wahrnehmung ihrer Persönlichkeit durch Dritte zugesprochen wird: freundliches und sympathisches Auftreten genau gleich wie auch korrekter, respektvoller und trotzdem bestimmter Umgang mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden sind oft gehörte Attribute, mit welchen solche Persönlichkeiten beschrieben werden.

Entgegen der weit verbreiteten Meinung, dass diese Fähigkeit des positiven Images angeboren ist und sie gar nicht durch eigenes Dazutun beeinflussbar ist, zeigt dieses 3-tägige Intensivseminar, wie jede einzelne Führungskraft als Produkt eines Lernprozesses Wissen und Techniken einsetzen kann, um diese Fähigkeit aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln. Denn nur wer erkennt, wie die Signale, die er bewusst oder unbewusst an seine Mitmenschen aussendet, von seiner Umgebung wahrgenommen und interpretiert werden, ist in der Lage, sein persönliches Image durch gezielte Verhaltensweisen und Techniken zu steuern.

Auf Basis einer gerade nicht uniformen Vermittlung von standardisierten Verhaltensmustern werden im Seminar die individuellen Stärken und Schwächen analysiert, um darauf aufbauend die Stärken im Auftreten und Wirken gezielt weiterzuentwickeln und vorhandenen Schwachstellen durch sofort umsetzbare Hilfestellungen zu reduzieren oder gar zum Verschwinden zu bringen. Stets mit dem Ziel, die eigene Managementkompetenz auch durch das Durchleuchten dieses Wissensgebietes weiter zu stärken.

THEMENSCHWERPUNKTE

Persönlichkeit

- > Wie wird man von der Person zur Persönlichkeit?
- > Analyse des eigenen Persönlichkeitsprofils im Sinne einer Selbstanalyse
- > Definition der Stärken und Schwächen
- > Theoretische Grundlagen zur Aussenwirkung in Abhängigkeit des situativen Umfeldes und der Botschaftsempfänger

Wahrnehmung durch Dritte

- > Wie wird man von Aussen wahrgenommen
- > Die Bedeutung des ersten Eindrucks
- > Die bewusste Steuerung der Signale, die man in der zwischenmenschlichen Kommunikation aussendet, verbal wie auch non-verbal
- > Der Einsatz von Symbolen und bestimmten Verhaltensweisen

Auftreten

- > Techniken, Hilfestellungen und Verhaltensweisen zur Verbesserung des persönlichen Auftretens
- > Analyse des persönlichen Auftretens unter Normalbedingungen wie auch unter Stressbedingungen
- > Die Kunst, die eigenen Stärken gezielt und bewusst einzusetzen
- > Die Möglichkeiten, an vorhandenen Schwachstellen zu arbeiten und mögliche Fehler zu korrigieren

Charisma

- > Die persönliche Wirkung nach Aussen
- > Personal Image und seine Bedeutung in der modernen Gesellschafts- und Wirtschaftsstruktur
- > Management der eigenen Persönlichkeit durch Abgrenzung eines klaren Profils

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum
85112	Flims	05.–07. März 2012
85212	Brunnen	09.–11. Mai 2012
85312	Horn	17.–19. September 2012

Seminargebühr*: CHF 3300.– / EUR 2400.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf13

* zzgl. 8% MWST



LEADERSHIP FÜR DIE EIGENE KARRIERE

SGNMI

40 | Einführung in die Certification Programme

42 | Executive Certification Programme

46 | Funktionale Certification Programme

MANAGEMENT CERTIFICATION PROGRAMME

Für viele Führungskräfte sind akademische Programme mit hoher zeitlicher Intensität die falsche Wahl. Warum sollen Sie sich einem schulischen Programmdiktat unterwerfen? Die praxisnahe Alternative sind die Management Certification Programme des SGMI Management Instituts St. Gallen. Sie stellen wirksame Weiterbildungen für all jene dar, die innert nützlicher Frist und mit einem überschaubaren zeitlichen Aufwand ein Management Certificate-Abschluss erwerben wollen.

QUALITÄT

Die Certification Programme des SGMI Management Instituts St. Gallen bieten aktuelles Wissen über modernes Management. Als Vorreiter in modular aufgebauten Zertifikats- und Diplomstudiengängen bieten wir, was Führungskräfte fordern: Exzellente und wirkungsvolle Management-Weiterbildung auf Basis des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes.

STUDIENGÄNGE

Seminarmodule

Die auf den Seiten 44 bis 51 beschriebenen Certification Programme richten sich an klar definierte Zielgruppen, die eine Kombination mehrerer öffentlicher Seminarmodule durchlaufen. Terminverschiebungen von einem Durchführungsdatum auf ein anderes sind, innerhalb eines Zeitraumes von 2 Jahren, mehrfach möglich. Auch die Reihenfolge der einzelnen Module ist zum Teil frei wählbar.

Selbststudium

Um den Lernerfolg zu vertiefen und für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen, erhalten die Teilnehmenden eine spezifische Auswahl an «Theorie und Praxis»-Modulen zur Bearbeitung im Selbststudium. Ergänzende Themen sowie eine weitere Wissenvertiefung wird durch das Literaturstudium sichergestellt. Der Zeitbedarf dafür ist mit ca. 2 Stunden pro Woche zu veranschlagen. Zeitliche Flexibilität ist auch hier gegeben.

Projektarbeit

Nach Beendigung des letzten Seminarmoduls wird das erworbene Wissen im Rahmen einer 1-monatigen, praxisbezogenen Projektarbeit aus dem eigenen Arbeitsumfeld eingesetzt. Die Projektarbeit wird bewertet.

MANAGEMENT CERTIFICATE

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen erhalten nach angenommener Projektarbeit das entsprechende Management Certificate des SGMI Management Instituts St. Gallen.

DER ANSATZ

Sie entwickeln genau jene Kompetenz, die Sie für Ihr Karriereziel benötigen.

DIE AUSGANGSLAGE

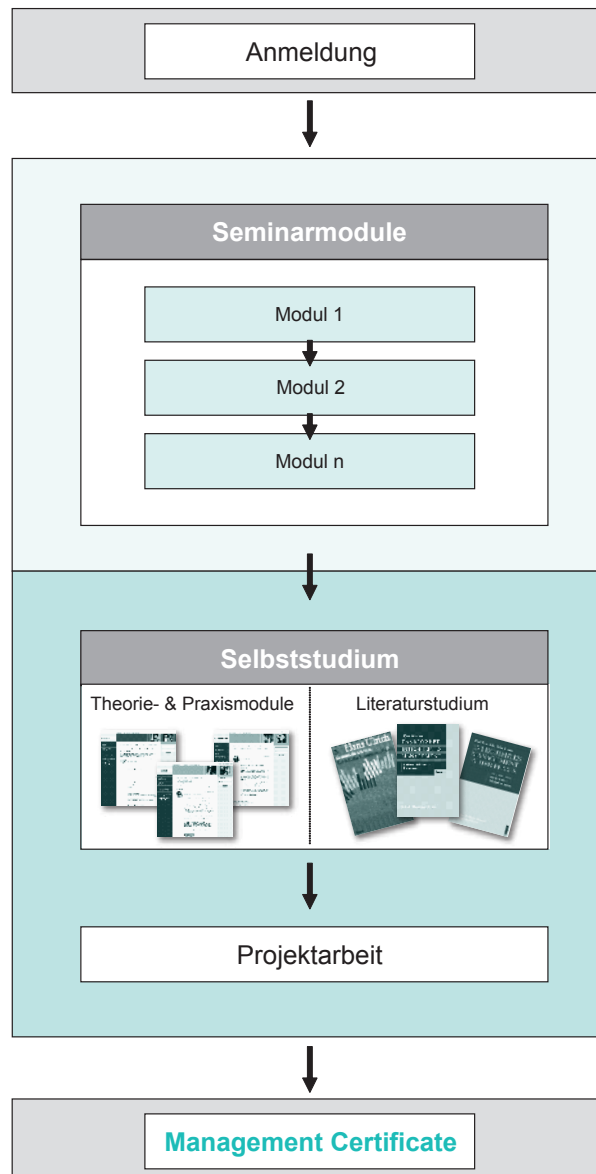
Wer verantwortungsvolle Positionen anstrebt, sollte sich gezielt darauf vorbereiten. Die Ausgangslage ist Ihr Karriereziel. Ambitiös, aber realistisch. Abgestimmt auf Ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Stärken. Dazu bringen Sie die Bereitschaft ein, sich weiter zu entwickeln, neues Wissen und neue Kompetenzen aufzubauen.

DAS PERSÖNLICHE FÄHIGKEITS-PORTFOLIO

Die Anforderungen an Führungskräfte sind enorm und steigen weiter an. Der Ansturm gut ausgebildeter Manager aus aufstrebenden Ländern wie China und Indien steht dabei erst noch bevor. Entscheidend ist es, das persönliche Fähigkeitsportfolio mit den Anforderungen der Zukunft in Übereinstimmung zu bringen. Unsere gesamte Kompetenz als Business School steht Ihnen dabei zur Verfügung. Während der Dauer Ihrer Weiterbildung profitieren Sie, abgestimmt auf Ihren Bedarf, von Studienbegleitung, Literaturservice, Theorie- und Praxismodulen.

VERTIEFUNG

Vielleicht zeigt sich im Verlauf des Studienprogramms, dass eine Vertiefung zu einem spezifischen Thema von Vorteil wäre. Dazu steht Ihnen das Gesamtseminarprogramm des SGMI Management Instituts St. Gallen zur praxisgerechten Vertiefung zur Verfügung.

ABLAUF**DIE CERTIFICATION PROGRAMME****Executive Certification Programme**

- > Geschäftsführer Certification Programm SGMI
- > Executive Certification Programm SGMI
- > General Management Certification Programm SGMI
- > Entrepreneurship Certification Programm SGMI

Funktionale Certification Programme

- > Bereichsleiter Certification Programm SGMI
- > Brand Manager Certification Programm SGMI
- > Business Development Manager Certification Programm SGMI
- > Human Resources Manager Certification Programm SGMI

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen oder für ein individuelles, unverbindliches Beratungsgespräch in unserem Studienzentrum in St. Gallen zur Verfügung.



Prof. em. Dr. Emil Brauchlin
Chairman SGMI Academic Committee



Gilbert Malgiaritta, lic. oec. HSG
Executive Director Open Programs

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Fax +41 (0)71 223 50 32
E-Mail malgiaritta@sgmi.ch

GESCHÄFTSFÜHRER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

ANFORDERUNGEN

Der Geschäftsführer eines Unternehmens leitet eine eigene juristische Einheit, alleine oder zusammen mit anderen Geschäftsführern. Er ist dem Vorstand der Muttergesellschaft, dem CEO oder direkt dem Verwaltungsrat unterstellt und für die Umsetzung der Strategie, des Businessplans und der vereinbarten Ziele verantwortlich. Dieses Unterstellungsverhältnis mit der Konsequenz, dass zentrale Entscheidungen oft «oben» getroffen werden, darf jedoch nicht dazu führen, dass der Geschäftsführer zur Marionette wird und die ihm gesetzlich zugewiesenen oder durch das Geschäftsführungsreglement zugestandenen Verantwortungen nicht wahrnimmt.

In diesem Programm vermitteln wir strukturiertes, praxisnahes Wissen zur erfolgreichen Führung einer Unternehmung. Wir zeigen, was eine professionelle Geschäftsführung bedeutet, wie zukunftsweisende Strategien erarbeitet, Gewinne geplant und realisiert und Werttreiber konsequent gesteuert werden. Wir bieten praxisbewährte Instrumente, um aus bestehenden Marktpositionen Markterfolge abzuleiten, um neue Marktpositionen aufzubauen, die finanzielle Führung und das Controlling wahrzunehmen und dank Führungsverhalten überdurchschnittliche Teamleistungen zu bewirken.

GESCHÄFTSFÜHRER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Wer in seiner Laufbahnplanung die Funktion des Geschäftsführers resp. der Geschäftsführerin anstrebt, baut mit diesem Programm unabdingbare Managementkompetenz dafür auf.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die in flexibel wählbarer Reihenfolge im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 11 Seminartage, verteilt auf 4 Module:

- > Modul 1: Strategische Unternehmensführung (4 Tage)
- > Modul 2: Strategisches Marketing, Markenstrategie (3 Tage)
- > Modul 3: Finanzielle Führung und Controlling (2 Tage)
- > Modul 4: Finanzmanagement (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Geschäftsführer/in Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Strategische Unternehmensführung

- > Komplexität und Systemtheorie
- > Modelle zur strategischen Führung
- > Geschäftsfelder als strategische Planungseinheiten
- > Den strategischen Handlungsbedarf erkennen
- > Erfolgversprechende Strategieoptionen
- > Strategien formulieren
- > Prozesse und Strukturen verändern

- > Strategien erfolgreich implementieren
- > Wandel und Transformation als Herausforderung
- > Change Management
- > Strategisches Controlling

Modul 2: Strategisches Marketing, Markenstrategie

- > Markendynamik
- > Markenanalyse
- > Konzepte und Instrumente
- > Die Markenstrategie formulieren
- > Die Marke führen

Modul 3: Finanzielle Führung und Controlling

- > Finanzielle Ziele setzen und erreichen
- > Die Instrumente zur Steuerung

Modul 4: Finanzmanagement

- > Wertorientierte Führung
- > Finanzierung
- > Mergers & Acquisitions, Fusionen

SEMINARDATEN

Sem. –Nr.		Ort	Datum
ML7012	1. Teil	Flims	05.–08. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
	4. Teil	Luzern	04.–05. Juli 2012
ML7022	1. Teil	Luzern	03.–06. September 2012
	2. Teil	Luzern	31. Oktober–02. November 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12.–13. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 14 900.– / EUR 10 600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls70

*zzgl. 8% MWST

ANFORDERUNGEN

Wer ins Executive Management aufsteigen will, sucht die Verantwortung für Ergebnisse. Operativ wie strategisch. Dies mit dem Ziel, ein Profit Center, einen Geschäftsbereich, ein bestehendes Projekt oder eine grosse Abteilung eigenständig und resultatorientiert zu führen. Executive Manager sind Leistungsträger. Ihnen obliegt es, einen entscheidenden Beitrag an das Erreichen der Unternehmensziele beizusteuern.

Im Rahmen der operativen Ebene tragen sie Führungs-, Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Budgetvereinbarungen, laufende Ergebnisdiskussionen mit den Abteilungsleitern, aber auch aktive Kundenbetreuung und Akquisition grosser Kunden oder Aufträge gehören zu dieser Funktion.

Auf der strategischen Ebene engagieren sie sich für die Sicherung der bestehenden Marktposition, für den Ausbau der Marktanteile, das Gewinnen neuer Kunden und für die Expansion in neue Zielgruppen, geografische Märkte und zusätzliche Vertriebskanäle. Sie verstehen es, neue Geschäftspotenziale zu erkennen und dank Innovationen zu nutzen. Sie betreiben aktives Business Development und erschliessen neue Märkte. Dies alles unter Beachtung der Ergebnis- und Rentabilitätsziele und mit einem motivierenden, modernen Gesetzen der Führungslehre entsprechenden Leader-Verhalten.

EXECUTIVE CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Das berufs begleitend in 1 bis 2 Jahren zu durchlaufende Programm qualifiziert für den Aufstieg in Executive Funktionen in bedeutenden Unternehmen und Institutionen.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisbezogene Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche UmDispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 10 Seminartage, verteilt auf 4 Module:

- > Modul 1: Executive Management (4 Tage)
- > Modul 2: Strategisches Management (2 Tage)
- > Modul 3: Finanzmanagement (2 Tage)
- > Modul 4: Wirkungsvolle persönliche Strategien (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Executive Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Executive Management

- > Strategisches Management im Wandel
- > Unternehmenspolitische Leitplanken, Corporate Strategy
- > Der neue Konsument und Kunde
- > Konsequenzen für die Marketingstrategie
- > Markenstrategie, Identität, Positionierung
- > Innovations- und Serviceführerschaft
- > Innovative Verkaufsstrategien
- > Die Kommunikationsaufgabe des Chefs
- > Die Shareholder Value-Logik
- > Corporate Governance

Modul 2: Strategisches Management

- > Das Strategiesystem
- > Der Prozess der strategischen Planung
- > Strategien für Geschäftsfelder und Business Units
- > Strategien zur Steigerung des Erfolgs
- > Zukunftssicherung und Innovation
- > Instrumente zur Umsetzung strategischer Entscheidungen

Modul 3: Finanzmanagement

- > Gesamtsystematik der finanziellen Führung
- > Rentabilitäts- und Wertemanagement
- > Finanzierung
- > Mergers & Acquisitions, Fusionen

Modul 4: Wirkungsvolle persönliche Strategien

- > Strategien effektiver Menschen
- > Wege zur Effektivität
- > Persönlichkeitsstrategien
- > Philosophie des Winners

SEMINARDATEN

Sem. -Nr.	Ort	Datum
ML7112	1. Teil	Weggis
	2. Teil	Luzern
	3. Teil	Luzern
	4. Teil	Brunnen
		23.-26. April 2012
		02.-03. Juli 2012
		04.-05. Juli 2012
		10.-11. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 14 900.- / EUR 10 600.- (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls71

* zzgl. 8% MWST

GENERAL MANAGEMENT CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

ANFORDERUNGEN

Der berufliche Aufstieg in eine Funktion mit General Management-Verantwortung setzt ein ganzheitliches Managementwissen voraus. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Fähigkeiten des Spezialisten wird ein profundes Wissen über das Funktionieren moderner Organisationen benötigt. Die Gesetzmässigkeiten und Wirkungsmechanismen für professionelles Management müssen in das Entscheidungs- und Führungsverhalten einfließen. Moderne Management-Methoden und Instrumente müssen zum selbstverständlichen «Handwerkszeug» des General Managers werden. Fachliche Lücken sind zu schliessen: Der Ingenieur erkennt die Möglichkeit des Marketings. Der Biologe lernt, landesspezifische Strategien und Verkaufskonzepte zu beurteilen. Der Verkaufsleiter versteht die Zusammenhänge zwischen Marktanteilen, Umsatzwachstum, Kapitalintensität und Rentabilität. Und alle zusammen erkennen, wie schwierig es ist, Veränderungen nicht nur zu planen, sondern effektiv durchzusetzen und was es bedeutet, Menschen in eine bestimmte Richtung zu führen und gemeinsam im Team erstklassige Resultate zu erreichen.

GENERAL MANAGEMENT CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Das Programm vermittelt im Verlauf von 1 bis 2 Jahren umfassendes Wissen zu den zentralen Themen des professionellen Managements und qualifiziert für die Übernahme einer General Management-Funktion.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 11 Seminartage, verteilt auf 4 Module:

- > Modul 1: General Management (4 Tage)
- > Modul 2: Strategisches Management (2 Tage)

- > Modul 3: Finanzmanagement (2 Tage)
- > Modul 4: Führungspersönlichkeit (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «General Management Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: General Management

- > Zentrale unternehmerische Entscheidungen
- > Vernetztes Denken zur Gesamtsteuerung eines Unternehmens
- > Methoden und Instrumente zur Business Excellence
- > Marketinganalysen
- > Markterfolg, Positionierung, Marke
- > Marketing-Mix und Marktbearbeitung
- > Erfolg im Verkauf
- > Shareholder Value und Erfolgssteuerung
- > Die Gesetze erfolgreicher Führung
- > Methoden und Instrumente für Effektivität und Effizienz
- > Kommunikations- und Konfliktfähigkeit entwickeln
- > Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen
- > Leadership entwickeln und fördern

Modul 2: Strategisches Management

- > Das Strategiesystem
- > Der Prozess der strategischen Planung
- > Strategien für Geschäftsfelder und Business Units
- > Strategien zur Steigerung des Erfolgs
- > Zukunftssicherung und Innovation
- > Instrumente zur Umsetzung strategischer Entscheidungen

Modul 3: Wertorientiertes Finanzmanagement

- > Wertorientierte Führung
- > Ergebnis- und Performance-Management
- > Die Instrumente zur Steuerung
- > Finanzierung
- > Mergers & Acquisitions, Fusionen

Modul 4: Führungspersönlichkeit

- > Grundlagen der Persönlichkeit
- > Check der eigenen Persönlichkeit
- > Mentale Stärken entwickeln
- > Wirkunsvolles Führen von Mitarbeitern

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML7212	1. Teil	Flims	12. – 15. März 2012
	2. Teil	Luzern	02. – 03. Juli 2012
	3. Teil	Luzern	04. – 05. Juli 2012
	4. Teil	Horn	29. – 31. August 2012
ML7222	1. Teil	Flims	12. – 15. März 2012
	2. Teil	Horn	29. – 31. August 2012
	3. Teil	Luzern	10. – 11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12. – 13. Dezember 2012
ML7232	1. Teil	Davos	10. – 13. September 2012
	2. Teil	Davos	14. – 16. November 2012
	3. Teil	Luzern	10. – 11. Dezember 2012
	4. Teil	Luzern	12. – 13. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 14 900.– / EUR 10 600.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls72

*zzgl. 8% MWST

ANFORDERUNGEN

Unternehmerpersönlichkeiten braucht jede Organisation. Meist hat man eher zu wenig als zu viele von ihnen. Das Resultat: Viele gute Geschäftsideen können nicht genutzt werden, weil personale Kompetenz im laufenden Geschäft gebunden ist und keine Entrepreneure für die neuen Aufgaben vorhanden sind.

Wer in unserer schnelllebigen Zeit erst mit der Suche nach professionellen Ressourcen beginnt, wenn eine Aufbastrategie erarbeitet und verabschiedet ist, verliert wertvolle Zeit. Anstatt mit Hochdruck das Projekt zu starten, muss am Arbeitsmarkt gesucht und selektioniert werden, mit der Einarbeitungszeit geht dann weitere wertvolle Zeit verloren.

Erfolgreiche Unternehmen investieren daher vorausschauend in ihre Entrepreneure. Sie identifizieren mögliche Unternehmer-Persönlichkeiten aus einem Kreis von «High Potentials» und sorgen frühzeitig für einen «Stand-by-Pool» an dynamischen Nachwuchs-Managern, die auf ihre Bewährungschancen warten.

Kommt dann diese Chance – und meist kommt sie plötzlich – so gilt es, optimal darauf vorbereitet zu sein und die Rolle des Entrepreneurs mit aller Kompetenz einnehmen zu können.

ENTREPRENEURSHIP CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Mit diesem Programm werden aus hochtalentierten Mitarbeitern unternehmerisch denkende und fachkundige Führungskräfte, die mit Pionier- und Aufbaufunktionen beauftragt werden können.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von 3 Seminar-modulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche UmDispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 8 Seminartage, verteilt auf 3 Module:

- > Modul 1: Unternehmer-Seminar (4 Tage)
- > Modul 2: Führungsverhalten (2 Tage)
- > Modul 3: Leadership (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Entrepreneurship Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Unternehmer-Seminar

- > Übersicht der wichtigsten Managementansätze
- > Das St. Galler Management-Konzept
- > Monitoring, Vision, Innovation
- > Die richtige Strategie als Basis für den Erfolg
- > Strategien erfolgreich implementieren

- > Ergebnisse optimieren
- > Business Pläne erstellen
- > Moderne Führungsinstrumente zur Steuerung
- > Controlling im Sinne von lenken, steuern und regeln
- > Freiräume schaffen durch Förderung von Selbstorganisation
- > Leaderqualitäten als Basis für Unternehmertum

Modul 2: Führungsrolle des Entrepreneurs

- > Führungsverhalten
- > Selbstmanagement
- > Der eigene Führungsstil
- > Die Führungsaufgabe aktiv wahrnehmen

Modul 3: Leadership-Management

- > Kommunikation nach innen und nach aussen
- > Führen von Teams
- > Motivation und Coaching
- > Umgang mit Konflikten

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum	
ML7312	1. Teil	Flims	12. – 15. März 2012
	2. Teil	Wildhaus	02. – 03. Juli 2012
	3. Teil	Wildhaus	04. – 05. Juli 2012
ML7322	1. Teil	Davos	10. – 13. September 2012
	2. Teil	Brunnen	10. – 11. Dezember 2012
	3. Teil	Brunnen	12. – 13. Dezember 2012
ML7332	1. Teil	Luzern	05. – 08. November 2012
	2. Teil	Brunnen	10. – 11. Dezember 2012
	3. Teil	Brunnen	12. – 13. Dezember 2012

Seminargebühr*: CHF 12900.– / EUR 9200.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls73

* zzgl. 8% MWST

BEREICHSLIMITER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

ANFORDERUNGEN

Wer mit der Leitung eines Bereichs beauftragt wird, übernimmt eine bedeutende Funktion: Nur wenn der Bereich als Teil des Ganzen verstanden und geführt wird, kann er zur Gesamtleistung der Unternehmung beitragen.

Effektive Bereichsmanager sind somit besonders gefordert: Als Spezialisten und Fachverantwortliche optimieren sie ihr Spezialgebiet, als Generalisten denken sie prozessorientiert und ermöglichen Kundennähe, Kosteneffizienz, Schnelligkeit, Transparenz und Führbarkeit sowie die Umsetzung der von der Geschäftsleitung vorgegebenen Strategien.

Wirkungsvolle Bereichsleiter vermeiden Revierdenken. Sie grenzen nicht ab, sondern integrieren ihren Bereich in das gesamte Wirkungsgefüge. Wo nötig und im Gesamtinteresse, verstehen sie es, sich bei Kollegen und Verantwortlichen für andere Bereiche und Service Centers durchzusetzen. Sie optimieren laufend Produktivität und Kosten; steuern die Zufriedenheit der internen und externen Kunden; bauen neue Mitarbeiter auf und führen situativ, weit oder eng, mit Freiraum oder straffer Kontrolle. Ihre unternehmerische Grundhaltung entspringt einem klaren Rollenverständnis: Sie sind es, die aus Konzepten und Plänen konkrete Resultate werden lassen. Sie sind am Ort des Geschehens, wo es darauf ankommt, Fähigkeiten und Wettbewerbsvorteile in Produktivität und Kundennutzen zu transferieren.

BEREICHSLIMITER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Das Programm vermittelt im Verlauf von 1 bis 2 Jahren berufsbegleitend jene Wissensbestandteile, die nötig sind, um einen Bereich, bestehend aus Abteilungen und Teams, ganzheitlich und resultatorientiert führen zu können.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 11 Seminartage, verteilt auf 3 Module:

- > Modul 1: General Management, Teil 1 (4 Tage)
- > Modul 2: General Management, Teil 2 (4 Tage)
- > Modul 3: Exzellenz in Kommunikation (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Bereichsleiter/in Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: General Management, Teil 1

- > Ganzheitliche Unternehmensführung
- > Methoden, Konzepte und Rezepte auf dem Prüfstand
- > Methoden zum Erkennen des strategischen Handlungsbedarfs
- > Entwickeln und Bewerten von strategischen Optionen
- > Schrittweises Vorgehen zum Formulieren von erfolgsversprechenden Strategien
- > Implementierungskonzepte
- > Resultate dank Prozess- und Strukturmanagement
- > Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- > Marketingstrategie
- > Produkt-, Markt-, Absatzkonzept
- > Verkaufskonzept, Verkaufserfolg

Modul 2: General Management, Teil 2

- > Entwicklung zu einer erfolgreichen Führungskraft
- > Schwierige Gesprächssituationen
- > Teams zum Erfolg führen
- > Konfliktmanagement
- > Instrumente der Zielvereinbarung
- > Mitarbeiter entwickeln und beurteilen
- > Führen mit Kennzahlen
- > Ergebnis-, Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung
- > Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnung
- > Methoden der Kostensenkung und Effizienzsteigerung
- > Controlling

Modul 3: Exzellenz in Kommunikation

- > Gekonnte Kommunikation in unterschiedlichen Führungssituationen
- > Lösungsorientierte Verhandlungsführung
- > Taktiken und Techniken
- > Steigerung der rhetorischen Kompetenz
- > Techniken, um andere besser zu überzeugen

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum	
ML7412	1. Teil	Flims	23.–26. Januar 2012
	2. Teil	Wildhaus	19.–22. März 2012
	3. Teil	Steckborn	16.–18. April 2012
ML7422	1. Teil	Luzern	16.–19. April 2012
	2. Teil	Brunnen	11.–14. Juni 2012
	3. Teil	Flims	12.–14. November 2012
ML7432	1. Teil	Davos	17.–20. September 2012
	2. Teil	Luzern	12.–15. November 2012
	3. Teil	Steckborn	15.–17. April 2013

Studiengebühr*: CHF 13900.– / EUR 9900.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls74

*zzgl. 8% MWST

ANFORDERUNGEN

Als Brand Manager sind Sie für die Betreuung und Weiterentwicklung von nationalen und internationalen Marken verantwortlich. Zu Ihren Aufgaben gehört es, die Marken konkurrenzfähig zu positionieren und so zu führen, dass eine Steigerung des Marktanteils und des Markenwertes resultieren. Dazu erarbeiten Sie Marketingstrategien, steuern die Marken bezogenen Aktivitäten, erstellen Budgets, erarbeiten die Kommunikations- und Marktbearbeitungsmassnahmen (Werbung, Verkaufsförderung, Produkt-PR, Sponsoring, Eventmanagement). Sie bereiten Launches sowie Relaunches vor, berücksichtigen dabei Ergebnisse der Konsumenten- und Marktforschung. Indem Sie die eigene Vertriebsorganisation unterstützen und motivieren sowie Absatzmittler, Handel, Absatzpartner und wichtige Beeinflusser für Ihre Ziele gewinnen, schaffen Sie die Voraussetzungen für einen Markterfolg, der zu Wachstum, Ergebnis- und Wertsteigerung führt.

BRAND MANAGER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Im Verlauf von 1 bis 2 Jahren qualifizieren Sie sich mit diesem Programm zur Übernahme einer Funktion als Brand Manager.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 9 Seminartage, verteilt auf 3 Module:

- > Modul 1: Marketing Management (4 Tage)
- > Modul 2: Strategisches Markenmanagement (3 Tage)
- > Modul 3: Strategisches Management und Differenzierung (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Brand Manager/in Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Marketing Management

- > Marketinggrundlagen, Marketingziele
- > Die Gesetze des Marktes, Märkte analysieren
- > Marketingstrategie
- > Marketingkonzept
- > Marktbearbeitung, Vermarktungskonzept
- > Führungsaufgaben im Marketing

Modul 2: Strategische Markenmanagement

- > Strategisches Markenführung als Konzept
- > Markenpositionierung, Markenarchitektur
- > Aufbau eines Markenprogramms
- > Organisation Brand Management
- > Monitoring / Kontrolle

Modul 3: Strategisches Management und Differenzierung

- > Strategien als Voraussetzung für die Markenführung
- > Strategische Lage und Handlungsbedarf
- > Möglichkeiten der Differenzierung
- > Die Umsetzung strategischer Veränderungen

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum	
ML7812	1. Teil	Flims	30. Januar–02. Februar 2012
	2. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
ML7822	1. Teil	Wildhaus	18.–20. April 2012
	2. Teil	Luzern	23.–26. April 2012
	3. Teil	Luzern	02.–03. Juli 2012
ML7832	1. Teil	Horn	10.–13. September 2012
	2. Teil	Luzern	31. Oktober–02. November 2012
	3. Teil	Luzern	10.–11. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 12 900.– / EUR 9200.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls78

* zzgl. 8% MWST

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

ANFORDERUNGEN

Als Leiter/in Business Development arbeiten Sie an Ideen und Konzepten des Geschäfts der Zukunft. Sie erfassen Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme mit dem Ziel, Innovationsideen mit Geschäftspotenzial zu finden. Sie beobachten Trends und technologische Entwicklungen mit dem Ziel, neue Geschäftsmöglichkeiten mit Wachstums- und Wertsteigerungspotenzial zu erschliessen. In Ihrer Rolle als Innovations-Manager leiten Sie Zukunfts- und Strategieprojekte. Kreative Ideen präzisieren Sie in gut durchdachten, realisierbaren Business Cases. Sie formulieren die Geschäftsidee und unterlegen Sie mit einer Analyse der Kunden, der Potenziale und des Wettbewerbs. Sie definieren die angestrebte Positionierung im Markt, bestimmen den Ressourceneinsatz und berechnen Wirtschaftlichkeit, Risiko und Pay-back-Periode. Die verschiedenen Business-Opportunitäten verarbeiten Sie zu einem New-Business-Portfolio, das Sie bewerten und so priorisieren, dass die besten Business Cases ausgewählt und realisiert werden. Sie arbeiten eng mit der F+E-Abteilung sowie mit den Bereichen Qualität und Leistungserstellung zusammen. Die Marketing- und Verkaufsbereiche unterstützen Sie bei der Erstellung der Markteintrittsstrategie. Sie organisieren das institutionalisierte Wissensmanagement mit dem Ziel, die gemachten Erfahrungen und Lerneffekte im New Business Development aktiv verwerten zu können.

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Dieses Programm qualifiziert Sie im Verlauf von 1 bis 2 Jahren berufsbegleitend zum/zur Business Development Manager/in.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von englisch- und deutschsprachigen Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 11 Seminartage, verteilt auf 3 Module:

- > Modul 1: Wachstumsstrategien und Business Development (5 Tage)
- > Modul 2: Führen und Leadership (4 Tage)
- > Modul 3: Strategisches Marketing und Innovation (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Business Development Manager/in Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Erfolgreiche Wachstumsstrategien und Business Development (Seminarsprache Englisch)

- > Business Development
- > How to Succeed with New Business Models
- > Strategic Management in Line with Business Models
- > Strategies, Core Competencies and Cultures of International and Global Organizations
- > Change Management as a Prerequisite for Opportunity Based Leadership

Modul 2: Führen und Leadership (Seminarsprache Deutsch)

- > Führen in Veränderungsprozessen
- > Führen, um zu implementieren
- > Mit Leadership zum Implementierungserfolg
- > Andere überzeugen und zu überdurchschnittlichen Leistungen anspornen

Modul 3: Strategisches Marketing und Innovation

(Seminarsprache Deutsch)

- > Planung und Vorbereitung des Marketingkonzepts
- > Entwicklung neuer Marktleistungen
- > Steuerung des Markterfolgs

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum	
ML8112	1. Teil	Luzern	11. – 14. Juni 2012
	2. Teil	Boston	18. – 22. Juni 2012
	3. Teil	Brunnen	02. – 03. Juli 2012
ML8222	1. Teil	Boston	05. – 09. November 2012
	2. Teil	Flims	26. – 29. November 2012
	3. Teil	Flims	10. – 11. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 12 900.– / EUR 9 200.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls81

*zzgl. 8% MWST

ANFORDERUNGEN

Als Leiter/in Human Resources Management sind Sie direkt dem CEO oder einem Vorstandsmitglied unterstellt, nicht selten selbst sogar Mitglied der Geschäftsleitung. Sie sind verantwortlich für die strategischen und operativen Aufgaben des Personalmarketings, des Personal-Managements sowie des Human Resources Managements. In enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung setzen Sie Personalstrategien um. Sie führen Massnahmen zur Personalbeschaffung und Personalerhaltung durch, erarbeiten Konzepte zur Mitarbeiter- und Managemententwicklung, setzen diese mit internen und externen Trainern, Coaches und Consultants um. Sie beraten und unterstützen die Führungskräfte ihrer Unternehmung in allen Fragen des HRM.

Die Resultate Ihrer Arbeit sind vielfältig: Werte und Glaubensgrundsätze, die gelebt werden. Eine Unternehmenskultur, die auf Vertrauen aufbaut, Gestaltungsräume zulässt und Eigenverantwortlichkeit fördert. Eine Leistungsstruktur, in der Kompetenz, Können und Fähigkeiten Einzelner vom Management gefordert und gefördert werden. Ein hohes Mass an Kundenorientierung. Denken in Kundennutzen und Handeln in Richtung Kundenzufriedenheit, Ergebnissen und ein Streben nach finanziellem Erfolg. Mitarbeiter- und Managemententwicklung, individuelle Förderung und Karrierepläne. Zudem ein leistungsförderndes Zielsetzungs-, Qualifikations- und Anreizsystem.

Die dafür nötigen Instrumente des Human Resources Management, aber auch deren Anwendung im Einklang mit den Anforderungen der Linienverantwortlichen, erlernen Sie in diesem Zertifikatsprogramm.

HUMAN RESOURCES MANAGER/IN CERTIFICATION PROGRAMM SGMI

Ziel dieses Lehrgangs ist, im Verlauf von 1 bis 2 Jahren Nachwuchskräfte aus den operativen Bereichen des Personalmanagements für die Übernahme einer Funktion als Human Resources Manager/in zu qualifizieren.

ZEITLICH FLEXIBEL, BERUFSBEGLEITEND

Das Programm besteht aus einer Kombination von Seminarmodulen, die im Verlauf von 1 bis max. 2 Jahren besucht werden. Der Lernerfolg wird durch eine praxisorientierte Projektarbeit am Ende des Programms nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind jederzeit möglich.

SEMINARMODULE

Total 10 Seminartage, verteilt auf 3 Module:

- > Modul 1: Führung und Führungsleistung (4 Tage)
- > Modul 2: Change Management (4 Tage)
- > Modul 3: Human Resources Management (2 Tage)

STUDIENBEGLEITUNG UND SELBSTSTUDIUM

Während der gesamten Dauer Ihrer Registrierung profitieren Sie von einer Palette an Unterstützungsmodulen und Studienbegleitung.

PROJEKTARBEIT

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Stoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können.

ZERTIFIKATSABSCHLUSS

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Human Resources Manager/in Certification Programms SGMI» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

THEMEN

Modul 1: Führung und Führungsleistung

- > Mitarbeiter und Teams führen
- > Der eigene, situative Führungsstil
- > Training besonders fordernder Führungssituationen

Modul 2: Change Management

- > Die Auslöser von strategischen Veränderungen
- > Strategische Entscheidungen als Vorgabe an das strategische Personalmanagement
- > Neue Strategien und ihre Auswirkungen auf Unternehmenskultur und Fähigkeitsprofile
- > Wandel und Transformation als Herausforderung
- > Instrumente und Wirkungsmodelle eines erfolgreichen Change Managements
- > Mit Leadership zum Implementierungserfolg

Modul 3: Human Resources Management

- > Der HR-Prozess
- > Personalsuche und -auswahl
- > Personalförderung und -entwicklung
- > Beurteilung und Zielvereinbarung

SEMINARDATEN

Sem.-Nr.	Ort	Datum	
ML8212	1. Teil	Flims	19.–22. März 2012
	2. Teil	Luzern	11.–14. Juni 2012
	3. Teil	Wildhaus	04.–05. Juli 2012
ML8222	1. Teil	Brunnen	17.–20. September 2012
	2. Teil	Flims	26.–29. November 2012
	3. Teil	Brunnen	12.–13. Dezember 2012

Studiengebühr*: CHF 12 900.– / EUR 9200.– (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls82

* zzgl. 8% MWST



MANAGEMENT DEVELOPMENT

SGMI

Das ganzheitliche Weiterbildungsangebot des SGMI Management Instituts St. Gallen steht Ihnen auch für firmeninterne Entwicklungsprogramme zur Verfügung.

Als führende St. Galler Institution sind wir Qualität und höchster Kundenzufriedenheit verpflichtet. Besonderen Wert legen wir auf Praxisnähe und Umsetzungsnutzen.

In Zusammenarbeit mit Personalentwicklung, Weiterbildung und Human-Resources-Verantwortlichen unserer Auftraggeber planen und realisieren wir Programme zur Weiterbildung sowie Management- und Organisationsentwicklung. In Seminaren, Workshops und Coaching-Programmen bieten wir Wissensvermittlung, Wissenstraining und Wissensanwendung.

Wir stehen für qualitativ hoch stehendes Management-Wissen, adaptiert auf konkrete Fragestellungen in Ihrem Unternehmen.

Im Vordergrund steht das Postulat der Praxisnähe und Umsetzungsorientierung mit dem Ziel, die Methodik des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes auf firmeninterne Spezifikas der Auftraggeber auszurichten, um konkrete Lösungsansätze zu erzielen.

Die Zusammenarbeit mit dem SGMI bietet Ihnen als Auftraggeber u. a. folgenden Nutzen:

Berücksichtigung von Strategie und Kultur

Innerbetriebliche Entwicklungsprogramme können zu 100 Prozent auf die Strategie des Auftraggebers ausgerichtet werden und sind dadurch ein äusserst effektives Mittel der Strategieumsetzung. In der Strategie als relevant definierte Fähigkeitspotentiale können gezielt aufgebaut und langfristig weiterentwickelt werden. Durch die Berücksichtigung der Unternehmenskultur bei Konzeption und Realisation sind innerbetriebliche Schulungsprogramme nicht nur kulturverträglich, sondern können aktiv zur Gestaltung und Entwicklung der Unternehmenskultur eingesetzt werden.

Insbesondere in für das Unternehmen entscheidenden Situationen, wie Firmenkäufe und Fusionen, kann ein internes Entwicklungsprogramm entscheidend zum Gelingen beitragen oder zumindest den Prozess erheblich beschleunigen.

Ausrichtung auf konkrete Ist-Situation

Durch die Analyse des im Unternehmen vorhandenen Wissens («Skills inventory») kann gezielt auf der aktuellen Situation des Unternehmens aufgebaut werden. Hintergründe, Umfeld und vorhandene Rahmenbedingungen werden angemessen berücksichtigt. Tools und Hilfsmittel können gezielt auf das Unternehmen des Auftraggebers ausgerichtet werden. Dadurch entsteht eine sehr starke Praxisrelevanz. Die Motivation der Teilnehmer wird dadurch spürbar erhöht – jede investierte Stunde Ausbildung kommt 1:1 dem Job zugute.

Internationalität

Wir arbeiten international. Alle unsere Leistungen sind in deutscher, englischer, französischer und spanischer Sprache erhältlich. Unser gesamtes innerbetriebliches Programm wird weltweit angeboten.

Ausgehend vom St. Galler Management-Modell entwickeln wir unter Berücksichtigung der jeweiligen Landeskulturen ein globales Entwicklungsprogramm für sämtliche Konzerneinheiten unserer Kunden. Ein einheitlicher Entwicklungsansatz kann so weltweit umgesetzt und an länderspezifische Gegebenheiten angepasst werden.

Innovationskraft

Unsere Innovationskraft resultiert aus der Nähe zu Forschung und Unternehmensberatung, durch die es uns gelingt, neueste Erkenntnisse in ihrer praktischen Umsetzung und Anwendung zu beobachten.

Wir arbeiten mit weltweit führenden Universitäten zusammen, um permanent auf aktuellstem Wissen aufzubauen.

Lösungsorientierung

Durch die Arbeit an für unsere Auftraggeber erfolgsrelevanten Fragestellungen leisten wir konkreten Nutzen durch verwendbare Lösungen.

In unseren internen Seminaren und Programmen werden direkt in die Praxis umsetzbare Lösungen erarbeitet.

Langfristiger Entwicklungspartner

Wir verstehen uns als langfristigen Entwicklungspartner unserer Auftraggeber. Ausgehend von der Unternehmensstrategie und -kultur konzipieren wir zielgerichtete Entwicklungsprogramme, mit deren Umsetzung wir unseren Auftraggebern zu langjährigen Konkurrenzvorteilen verhelfen.

Durch die enge und langjährige Zusammenarbeit sind wir in der Lage, sehr schnell exakt auf die Bedürfnisse unserer Auftraggeber ausgerichtete Programme zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.

INFORMATION UND BERATUNG

Gerne stehen wir Ihnen telefonisch für nähere Informationen sowie für die Beratung zur Auswahl der für Ihr Unternehmen geeigneten innerbetrieblichen Weiterbildung zur Verfügung.

SGMI Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18, CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32
E-Mail inhouse@sgmi.ch

Besuchen Sie uns auch im Internet:

www.sgmi.ch/inhouse

DIE SGMI LEADERSHIP CONFERENCE

Die SGMI Leadership Conference stellt eine Methode dar, welche die praxisorientierte Vermittlung neuester Erkenntnisse zum Thema Leadership mit der nachhaltigen Weiterentwicklung von Führungsteams und Führungspersönlichkeiten kombinieren kann.

AUSGANGSLAGE

Strategien führen in der Regel auch zu einem gewissen Harmonisierungsbedarf des unternehmensweiten Führungsverhaltens. Ohne eine kontraproduktive Gleichmacherei erwirken zu wollen, besteht Bedarf nach einer einheitlichen Ausrichtung elementarer Führungsprinzipien. Wird dies vernachlässigt, treten regelmässig grosse Probleme bei der Umsetzung der Unternehmensstrategie auf. Führung ist das Umsetzungsinstrument Nummer 1 für die Implementierung der Unternehmensstrategie.

Da die Weiterentwicklung von Führungsverhalten ein ausgesprochen aufwendiges und anspruchsvolles Vorhaben ist, wird dieses klassischerweise in Kleingruppen angegangen, um ein effektives Arbeiten sicherstellen zu können. Der Vorteil der hohen Wirkung muss dabei mit dem Nachteil des fehlenden Erlebens der Zusammenarbeit in der Führungsgruppe erkauft werden.

Unsere erfolgreich tätigen Kunden verlangen daher immer mehr nach neuen Methoden, um die effektive Weiterentwicklung des persönlichen Führungsverhaltens in einem zum Teil weltweiten Unternehmenskontext zu ermöglichen.

Das SGMI St.Gallen Centre of Management and Leadership hat mit der SGMI Leadership Conference eine solche Methode entwickelt.

ZIELSETZUNG

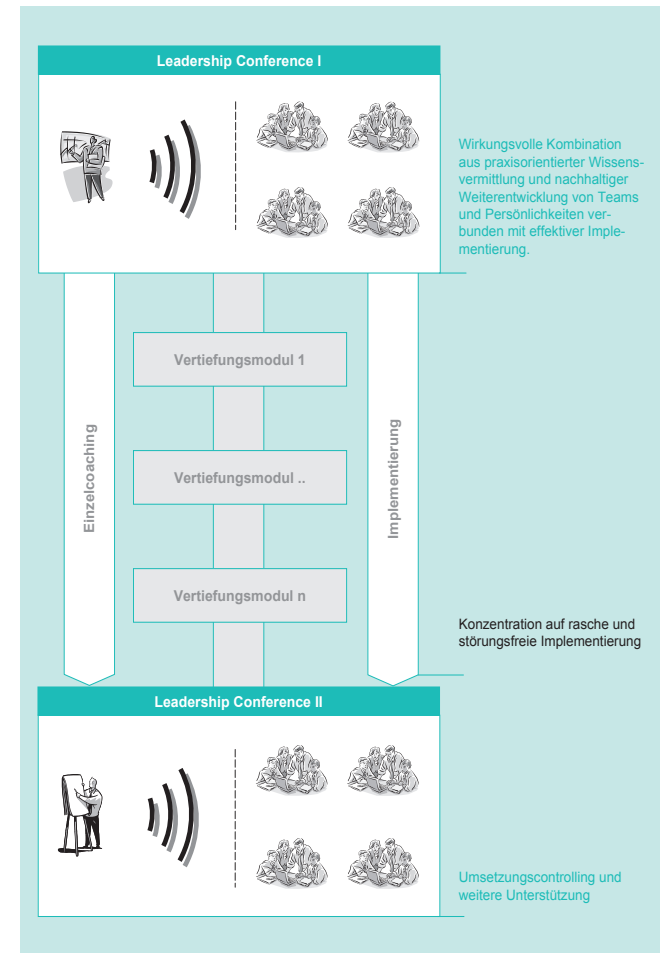
Die hauptsächliche Zielsetzung der SGMI Leadership Conference ist die unternehmensweite effektive Weiterentwicklung des persönlichen Führungsverhaltens von Führungskräften verschiedener hierarchischer Stufen.

METHODE

Die SGMI Leadership Conference wurde gezielt dafür entwickelt, um in einer Gruppe von bis zu 150 Führungskräften aus der gesamten Unternehmensorganisation eine effektive Weiterentwicklung des persönlichen Führungsverhaltens zu erreichen.

Dies geschieht mit einer konzeptionell durchdachten und in der Praxis erprobten Kombination aus Grossgruppenarbeit, Teamworkshops und ergänzendem und vertiefendem Einzelcoaching.

Die SGMI Leadership Conference wird oft in Englisch durchgeführt, um die Teilnahme des ganzen Managements sicherstellen zu können. Durchführungen in Deutsch und Französisch sind jederzeit auch möglich.



Der Erfolg jeder Entwicklungsmaßnahme hängt letztlich vom Grad der Umsetzung ab. Deshalb legen wir bei der SGMI Leadership Conference besonderen Wert auf die effektive Implementierung der vermittelten und erarbeiteten Inhalte. Dafür wird während der Veranstaltung ein Implementierungs-Manager eingesetzt.

ELEMENTE

1. Leadership Conference I

Die Leadership Conference I behandelt mit einer ausgeklügelten Mischung aus Wissensvermittlung und -vertiefung in Grossgruppenarbeit und Teamworkshops unter anderem folgende Themen:

- > Leadership und Management
- > Die Führungspersönlichkeit als Grundlage des erfolgreichen Leadership
- > Führungsverhalten und Führungsstile: Wie soll in unserem Unternehmen weltweit geführt werden?
- > Kommunikation als Führungsinstrument: Die Regeln der erfolgreichen Kommunikation angewendet und umgesetzt in der globalen Führungssituation

2. Individuelles Einzelcoaching

Ausgehend von einer Analyse des persönlichen Führungsstils über verschiedene Verhaltensdimensionen erfolgt eine gezielte Weiterentwicklung der Führungspersönlichkeit, basierend auf den in der SGMI Leadership Conference I vermittelten Inhalten.

3. Unterstützung bei der Implementierung

Die gesamte SGMI Leadership Conference wird von einem Implementierungsmanager begleitet. Dieser steuert die Definition von Team- und Einzelmassnahmen sowie die Erstellung eines detaillierten persönlichen Umsetzungsplanes durch jeden Teilnehmer.

4. Vertiefungsmodule

Jedes Unternehmen sieht sich mit unterschiedlich gelagerten Herausforderungen konfrontiert und für jedes Unternehmen eröffnen sich andere Möglichkeiten und Chancen. Um auf die aktuelle Unternehmenssituation möglichst gut eingehen zu können, werden in den Vertiefungsmodulen für die aktuelle Unternehmenssituation besonders wichtige Themen aus der Leadership Conference I aufgegriffen und vertieft bearbeitet.

5. Leadership Conference II

Die Leadership Conference II behandelt mit der bekannten Mischung aus Wissensvermittlung und -vertiefung in Grossgruppenarbeit und Teamworkshops unter anderem folgende Themen:

- > Teamrollen definieren
- > Die eigene Rolle finden
- > Teamverhalten erleben und analysieren
- > Change Management: Wie erfolgreiche Veränderungsprojekte gelingen
- > Grundlagen der Teambildung und -entwicklung: Wie aus erfolgreichen Individuen noch erfolgreichere Teams werden

PROJEKTMÖGLICHKEITEN

Die SGMI Leadership Conference eignet sich hervorragend für folgende Situationen:

- > Weltweiter Ausbau der Leadership Excellence
- > Entwicklung eines einheitlichen Führungsverständnisses bei schnellem Wachstum oder Firmenzukäufen
- > Weltweite Einführung eines neuen oder veränderten Führungsstils
- > Rasches Zusammenwachsen eines internationalen Führungsteams
- > Entwicklung interkultureller Führungskompetenz im gesamten Unternehmen

Gerne stehen wir Ihnen für weitere Informationen zur SGMI Inhouse Leadership Conference zur Verfügung.



Daniel Schmidlin, lic. oec. HSG

Member of the Board of Directors
SGMI St. Gallen Centre of
Management and Leadership



**Jan Roy Edlund, Dr. oec. HSG et
lic. rer. publ. HSG**

Member of the Board of Directors
SGMI St. Gallen Centre of
Management and Leadership

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

E-Mail inhouse@sgmi.ch

PROJEKTREFERENZEN (Auszug)



GLOBAL LEADERSHIP PROGRAM

“QIAGEN is the leading provider of innovative technologies and products for preanalytical sample preparation and molecular diagnostics solutions.”

SGMI führt für Qiagen ein weltweites Führungskräfteentwicklungsprogramm in mehreren Modulen durch. Zielsetzung ist die weltweite Harmonisierung der Führungsarbeit um die Führungsqualität des Unternehmens weiter zu verbessern. Dadurch kann das weiterhin hohe Wachstumstempo erfolgreich gehalten werden: Weltweite strategische Fähigkeitsentwicklung im Sinne der Zukunftssicherung des Unternehmens.

Das besondere Augenmerk des Programms liegt in der globalen Weiterentwicklung der erfolgreichen Unternehmenskultur von Qiagen und in der konkreten Anwendung firmeneigener Führungsinstrumente im Rahmen des Entwicklungsprogramms.

Um dem unterschiedlichen Erfahrungshintergrund der Teilnehmer optimal gerecht zu werden, wird das Programm in zwei Stufen durchgeführt: Basic und Advanced.



Qiagen Europa

Das Leadership-Programm in Europa – vorwiegend für Teilnehmer aus Deutschland, der Schweiz, Frankreich, Italien und England – wird in deutscher und englischer Sprache durchgeführt. Unterstützt wird das Programm von einer internen Lern-Plattform, über die auch die Präsenzmodule unterstützende Gruppen- und Einzelarbeiten gesteuert werden. Dadurch werden E-learning-Programme und Präsenzmodule optimal verzahnt und erreichen ergänzend den gewünschten Effekt.

Auch die Auswirkungen von spezifischen organisatorischen Massnahmen werden im Programm so behandelt, dass sich für die Teilnehmer sofort einsetzbare Erkenntnisse ergeben.



Qiagen USA

Für die USA-Durchführungen wurde das Leadership-Programm auf die Bedürfnisse der amerikanischen Teilnehmer ausgerichtet. Nach einer detaillierten Bedarfsanalyse wurden die Programminhalte entsprechend angepasst, ohne jedoch die zentralen Entwicklungsziele aus den Augen zu verlieren. So entstand die optimale Verbindung zwischen globaler Ausrichtung und lokaler Anpassung der Lerninhalte. Das Programm in den USA wird in englischer Sprache durchgeführt.

Für das North American Leadership Team (NALT) von Qiagen wurde ergänzend ein eigenes Programm entwickelt mit Schwerpunkt auf Strategic Management, Business Ethics, Leadership und Change Management.



Qiagen Japan

Nach intensiven Vorgesprächen mit dem CEO von Qiagen Japan hat SGMI – basierend auf der langjährigen Erfahrung im asiatischen Markt – das Qiagen Leadership-Programm der japanischen Kultur angepasst und entsprechend konzeptionell überarbeitet, allerdings auch wieder ohne die globalen Entwicklungsziele aus den Augen zu verlieren.

Durch die weltweite Umsetzung des Programms kann SGMI hier seine volle Kompetenz in die kultursensitive Vermittlung der Lerninhalte einfließen lassen. Das Programm in Japan wird ebenfalls in englischer Sprache durchgeführt.

Die japanischen Seminarteilnehmer beurteilen das Programm genauso wie ihre Kollegen aus Europa und in den USA als sehr gut und sehr hilfreich zur weltweiten strategischen Fähigkeitsentwicklung.

Die Auftraggeber von Qiagen bewerten die Zusammenarbeit mit SGMI folgendermassen:



Paula Green
Director Human Resources
North America

“SGMI has a comprehensive global leadership program that will help QIAGEN drive organizational effectiveness and success. Our participants are very pleased with SGMI's ability to understand the North American culture and their capability to deliver a product that rivals one of any US based leadership training organization.”

USTER®

Think quality

LEADERSHIP PROGRAMM FÜR DIE USTER TECHNOLOGIES AG

“Uster Technologies, the world's market leader in textile quality controlling, provides systems and services that enable the textile industry to manufacture optimum quality and competitive products from fiber to fabric. With three technology centers, six regional service centers and 50 representative offices around the world, USTER® is always sure of delivering only the best to its customers.”



MAN EXECUTIVE DEVELOPMENT PROGRAM

«MAN ist eines der führenden Fahrzeug-, Motoren- und Maschinenbauunternehmen in Europa mit jährlich rund 13 Mrd. Euro Umsatz. MAN ist Anbieter von Lkw, Bussen, Dieselmotoren, Turbomaschinen sowie Industriedienstleistungen und beschäftigt weltweit rund 50 000 Mitarbeiter. Die MAN Unternehmensbereiche halten führende Positionen auf ihren Märkten. Die MAN AG, München, ist Mitglied im Deutschen Aktienindex Dax der 30 führenden deutschen Aktiengesellschaften.»

SGMI hat für MAN Diesel in München ein spezifisches Entwicklungsprogramm erarbeitet, mit dem das Leadership-Potential des weltweit tätigen Unternehmens gezielt weiter gefördert werden soll.

SGMI hat für die Uster Technologies AG ein firmenspezifisches Entwicklungsprogramm erarbeitet, mit dem die Führungskompetenz – basierend auf dem einmaligen «Uster-Spirit» – weiter gesteigert werden soll. Dem Teilnehmerkreis gehört das globale Management der Uster Technologies AG an, weshalb die Programmsprache Englisch ist. Die Programminhalte umfassen die Themen Personal Leadership, Leadership & Communication, Team Coaching, Effective Team Management und Change Management.

Die Teilnehmer entwickeln ihren persönlichen Führungsstil auf Basis des «Uster-Spirit» weiter und steigern damit gezielt ihre Führungseffektivität. Die praktische Anwendung von in der Führungspraxis erprobten Kommunikationstools erleichtert die Führungsarbeit und unterstützt die Teilnehmer in ihrer Coaching-Rolle. Die professionelle und erfolgreiche Leitung von globalen, Mitarbeiter verschiedener Kulturen betreffenden Change-Projekten ist ein weiterer elementarer Programminhalt.

Das Programm richtet sich an das globale Senior Management von MAN Diesel und wird deshalb in englischer Sprache durchgeführt. Themenschwerpunkte sind Strategic Management, Performance Management, Change Management und Coaching. Auf Basis des St. Galler Management-Modells werden Themen der strategischen Positionierung und der strategischen Zukunftssicherung, das Schaffen nachhaltiger Marktperformance, kundenorientiertem Change Management, erfolgreichem Leadership, Kommunikation und Motivation mit hohem Bezug zum MAN Führungsalltag und zur MAN Firmenkultur behandelt. Ein wichtiges Element der Executive Development Programs sind die MAN Mini Cases, die die sofortige praxisnahe Umsetzung der vermittelten Inhalte sicherstellen. Aufgrund des grossen Erfolges des Executive-Development-Programms bei MAN Diesel, wird das Programm inzwischen vom ganzen MAN Konzern in von SGMI leicht modifizierter Form genutzt. Damit kann der MAN Konzern sein Leadership-Potential gezielt global weiterentwickeln.

Damit im gesamten Unternehmen eine einheitliche Entwicklung der Führung stattfindet, wird das Programm über mehrere Hierarchieebenen umgesetzt. Basierend auf Open Space wurden zwei Module so konzipiert, dass mit den gesamten zwei ersten Führungsebenen gemeinsam gearbeitet werden kann. Damit wird einerseits der Entwicklungsprozess markant beschleunigt und andererseits der Teamgedanke im gesamten globalen Management Team weiter verstärkt.

Das Programm legt neben der Kompetenzentwicklung starkes Gewicht auf die Persönlichkeits- und Verhaltenskomponente. Vor diesem Hintergrund wurde zudem ein spezielles Teamcamp entwickelt und mit grossem Erfolg umgesetzt. Unter fachkundiger Anleitung haben die Teilnehmer in wechselnder Teamzusammensetzung herausfordernde Aufgaben bewältigt. Dieses über alle Landesgrenzen, Sprachen und Kulturen verbindende Erlebnis wird allen Teilnehmern noch lange in Erinnerung bleiben.

Die Auftraggeber vom MAN Konzern bewerten die Zusammenarbeit mit SGMI folgendermassen:



Tatjana Thiel
Head of Management Development

“Excellent and useful program for our company. The top management have got a practical guidance on improving and evaluating the strategy. SGMI has a very professional and high energy team.”

Weitere Projektbeispiele finden Sie auf unserer Homepage unter www.sgmi.ch/inhouse



MANAGEMENT CONSULTING

SGMI

Das SGMI Management Institut St. Gallen ist ein leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung. Unsere Kunden schätzen uns als die St. Galler Alternative zu den grossen Beratungsunternehmen.

Wir unterstützen renommierte Unternehmen und Institutionen, Konzerne wie Mittelstand. Seit vielen Jahren. Mit Erfolg und erstklassigen Referenzen. Unsere Beratungsphilosophie war immer schon anders und einzigartig: Ganzheitlich. Mit Bezug zum St. Galler Management-Ansatz. Unter Einbezug der Leistungsträger des Kunden. Umsetzungsstark. Ein Beratungskonzept, das gerade in der heutigen Zeit laufend an Bedeutung gewinnt.

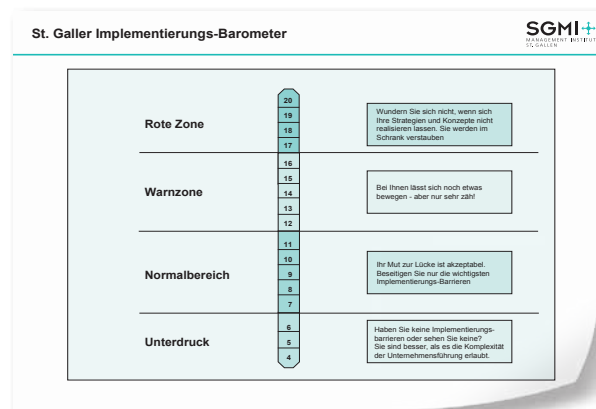
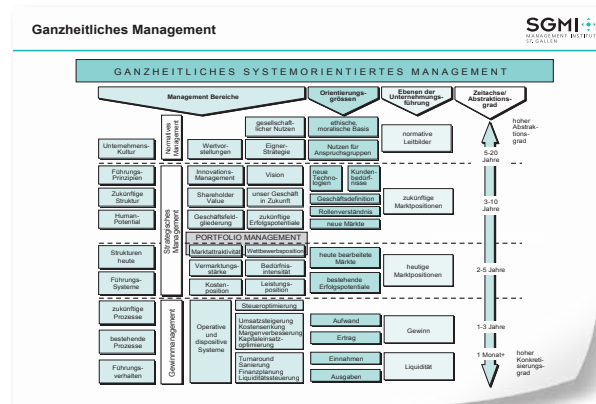
Beratung, so meinen wir, ist vielfach reformbedürftig. Kurzfristige Scheinoptimierung. Zu hohe Auftragssummen. Eine Überschwemmung des Kunden mit einer Heerschar von unerfahrenen Junior-Beratern. Partner und Senior-Consultants, die Beziehungspflege zum Auftraggeber machen, materiell jedoch wenig an das Projekt beitragen. Hochtrabende Konzepte, teilweise leere Worthülsen. Viel zu wenig Einbezug der Betroffenen.

Aufsichtsgremien und Entscheidungsträger sind für die Vergabe von Beratungsmandaten verantwortlich. Gegenüber Aktionären wie ihren Mitarbeitern. Das Bewusstsein steigt, dass neue Consulting-Ansätze gefordert sind. Ansätze, wie sie SGMI Consulting seit vielen Jahren vertritt.

Keine von Externen aufgezwungene Konzepte, sondern Lösungen, die gemeinsam mit den Leistungsträgern des Auftraggebers entwickelt und implementiert werden.

Ob Sanierer, Strategie oder Professor; alle unsere Berater und Partner engagieren sich für den nachhaltigen, umfassenden Erfolg unserer Kunden. Eine lange Referenzliste ist sichtbarer Beweis dieser Qualitätsstrategie.

BEISPIEL EINES MANAGEMENT-ANSATZES



Gerne stehen wir Ihnen für ein unverbindliches Gespräch zur Verfügung.



Prof. Dr. Hans Peter Fagagnini
Delegierter des Verwaltungsrates
SGMI Management Institut St. Gallen

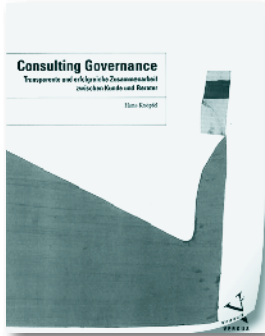
E-Mail fagagnini@sgmi.ch



Romed Guntern
lic. oec. HSG et lic. iur. HSG
Geschäftsführender Direktor
SGMI Management Institut St. Gallen

E-Mail guntern@sgmi.ch
Telefon +41 (0)71 223 50 30
Fax +41 (0)71 223 50 32

CONSULTING GOVERNANCE



Hans Knöpfel:
Consulting Governance
ISBN 3-03909-014-3
184 Seiten

TRANSPARENT UND ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN KUNDE UND BERATER

Seit einiger Zeit ist das Thema «Corporate Governance» in aller Munde, wenn es um die Frage geht: Wie sollen Macht und Kontrolle im Dreiecksverhältnis von Aktionären, Verwaltungsrat und Management geregelt werden? Auslöser dieser Diskussionen waren Skandale und Fehlleistungen von Managern, in fast allen Fällen waren aber auch Unternehmensberater mitverantwortlich. Ihnen werden Selbstüberschätzung, unzureichende Professionalität, mangelnde Kenntnis der Geschäftstätigkeit des Kunden, Unlauterkeit und Geldgier vorgeworfen.

Hans Knöpfel, Partner und Senior Lecturer am SGMI Management Institut St. Gallen, den die Brachialverurteilung der Beratungsbranche als Ganzes mehr als beunruhigte, war bisher davon ausgegangen, dass es unter den Beratern nur äusserst wenige schwarze Schafe gäbe. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmensberater, so seine Überzeugung, arbeitet professionell und menschlich korrekt. Seine Gespräche mit Kunden und Kollegen zeigten, dass die Angelegenheit weit differenzierter zu betrachten ist und eine Unterteilung der Beratungswelt in Gute und Verdammenswerte ebenso wenig weiterhilft wie die ausschliessliche Pflege seines auf Vertrauen basierenden Berater-Weltbildes.

In Diskussionen mit Kunden, aber auch durch die Analyse einiger früherer Projekte stellte er schliesslich fest, dass Beratungsprojekte immer dann von Erfolg gekrönt sind, wenn von Anfang an ein Regelwerk besteht, in dem die messbaren Ziele, die Vorgehensweise, die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten im Projekt klar beschrieben sind. Umgekehrt gilt: Wo ein solches Regelwerk nicht besteht, «harzt» es oder die Projekte scheitern.

DAS PROGRAMM

In Anlehnung an die verschiedenen Codes zur Best Practice in Corporate Governance wurde das Konzept Consulting Governance entwickelt, ein Programm für sichere und nachhaltig wirksame Projekterfolge durch partnerschaftliche Zusammenarbeit von Auftraggeber und Unternehmensberater.

Consulting Governance ist eine Philosophie, eine klare Systematik und ein eindeutiger Handlungsrahmen. Ziel ist es, Projekte zielgerichteter, schneller, kostengünstiger und erfolgreicher zu realisieren.

Das Programm Consulting Governance

- > fördert durch seine klare Werthaltung das Vertrauen zwischen allen Beteiligten im Beratungsprozess;
- > erhöht den Return on Consulting durch das systematische Vorgehen und den eindeutigen Handlungsrahmen.

DIE ERFOLGSFAKTOREN

70 Prozent aller Unternehmensfusionen scheitern, 80 Prozent aller Change-Projekte werden als erfolglos bezeichnet. Jeder kennt diese und andere Zahlen. Warum viele Verbesserungs- oder Veränderungsprojekte ihr Ziel verfehlen, ist klar: Weil die Beteiligten meist ein rein lineares Vorgehen wählten und ausserhalb ihrer jeweiligen Perspektive gelegene Einflussfaktoren oder Anspruchsgruppen nicht berücksichtigten. Das Programm Consulting Governance setzt aus diesem Grund auf die Realisierung folgender Erfolgsfaktoren:

Integraler Ansatz

Corporate Performance Improvement und Methoden des Transition- und des Projektmanagements werden integral angewandt. Dies will heissen: Jedes Optimierungsprojekt ist auch ein Veränderungsprojekt. Vice versa gilt dasselbe. Durch die systematische Verknüpfung dieser drei Disziplinen lässt sich sicherstellen, dass alle projektspezifischen Bedürfnisse (und damit alle erfolgs- wie misserfolgsrelevanten Faktoren) berücksichtigt und behandelt werden.

Vernetztes Vorgehen

Das in der Abbildung dargestellte Vorgehensmodell setzt auf eine Vernetzung und damit auf eine teilweise Parallelisierung der einzelnen Stufen beziehungsweise deren Aktivitäten. Dadurch lassen sich die Projektdauer verkürzen, Projekterträge steigern und die Projektkosten senken.

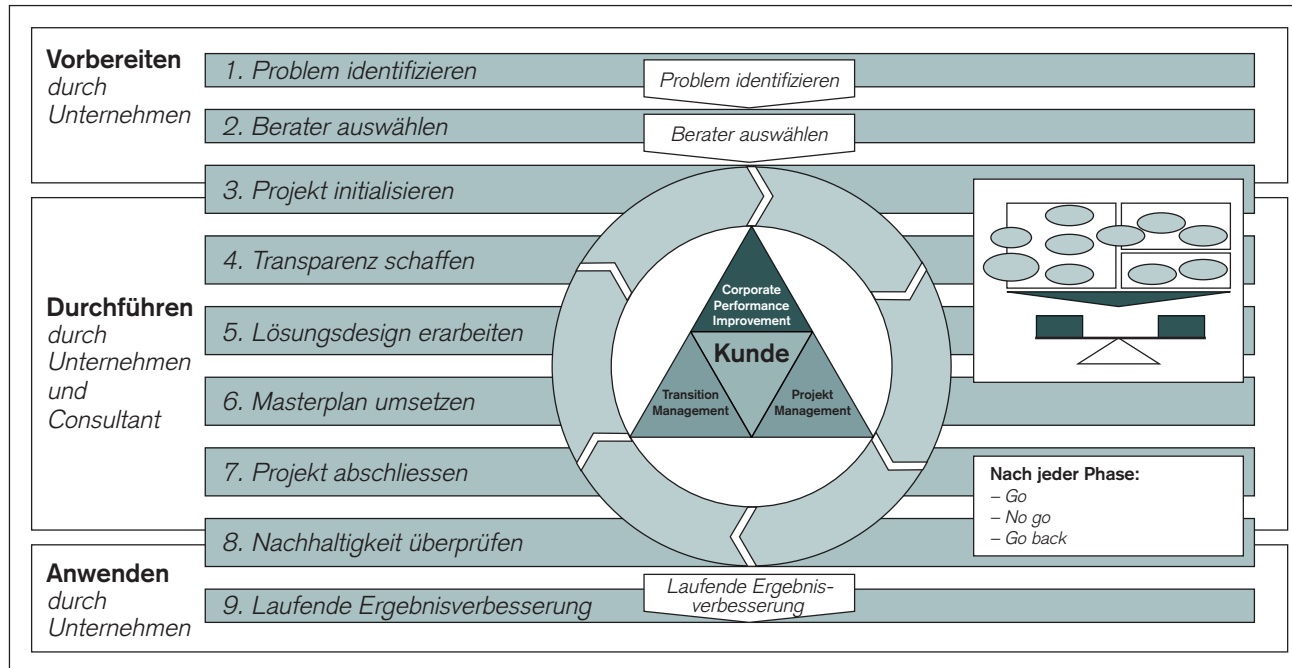
Projektvorgehen

Consulting Governance definiert klar und deutlich das Vorgehen im Projekt. Jeder kennt seine Pflichten. Sämtliche Phasen und Stufen sind eindeutig festgelegt.

Rollen und De-Eskalationsvorgehen

Bei Projektbeginn werden alle Rollen der am Projekt Beteiligten eindeutig definiert. Darüber hinaus wird festgelegt, was im Fall einer Eskalation (bei Regel- und Planabweichungen) zu tun ist.

DAS VORGEHEN DER CONSULTING GOVERNANCE



Gerne stehen wir Ihnen für Fragen zur Verfügung.



Hans Knöpfel, CMC
 Dipl. El.-Ing.
 NDS Betriebswirtschaft
 E-Mail knoepfel@sgmi.ch

INFORMATION UND BERATUNG

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Certificates oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32

ANMELDUNG

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18
CH-9000 St. Gallen
Telefax +41 (0)71 223 50 32
Internet www.sgmi.ch
E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen per Post:

- > die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- > Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- > das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referentenumstellungen bleiben vorbehalten.

SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil. Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind.

Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden. Preisänderungen bleiben vorbehalten.

UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificatedurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 350.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

HOTEL

Unsere Seminarhotels sind meist Vier- oder Fünfsternehotels, die unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen verrechnen. Die Zimmerreservation übernimmt das Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an SGMI, Tellstrasse 18, CH-9000 St. Gallen, zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag.

Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

ANREISE ZUM SEMINARORT

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

ANMELDEKARTEN

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32
Internet www.sgmi.ch
E-Mail seminare@sgmi.ch

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name Vorname

Firma

Funktion

Telefon E-Mail

SGCML 12

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGCML 12

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGCML 12

SGMI
Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18
CH-9000 St. Gallen

SGMI
Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18
CH-9000 St. Gallen

SGMI
Management Institut St. Gallen
Tellstrasse 18
CH-9000 St. Gallen

Anmeldungen | Quickfinder für alle Seminare | Infos zu Seminaren | News



SGMI

ST. GALLEN CENTRE of MANAGEMENT AND LEADERSHIP