



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



St. Gallen | Zürich | Frankfurt | Berlin | Wien | London | Boston | Shanghai | Tokyo

Programm Portfolio 2024/2025

- ▶ Open Programs: Seminare
- ▶ Master- & Diplomstudiengänge
- ▶ Corporate Programs
- ▶ Management Consulting
- ▶ Alumni Network
- ▶ St. Gallen Experience Online



Corporate Programs
Firmenspezifisch & massgeschneidert
Seite 131 ff.

Management-Weiterbildung St. Gallen

Herzlich Willkommen. Welcome.



Romed Guntern

lic. oec. HSG et lic. iur. HSG
Universität St. Gallen
Geschäftsführender Direktor



Marc Oliver Opresnik

Prof. Dr.
Chairman of the Academic Committee

Wir freuen uns, Ihnen das aktuelle Programm Portfolio des SGMI Management Instituts St. Gallen überreichen zu dürfen.

Unser Angebot erstreckt sich über eine breite Palette an Management-Seminaren, Corporate Development- und Consulting-Dienstleistungen für Führungskräfte und für Unternehmen. Im Vordergrund steht das Postulat der Praxisnähe und der Umsetzungsorientierung. Unsere Programme basieren daher auf einer Mischung von prägnanter, griffiger Wissensvermittlung sowie moderierter und strukturierter Anwendung des vermittelten Know-hows. So gelingt es, Wissen direkt anwendbar zu machen.

Wir laden Sie herzlich zu einem Rundgang durch unsere Angebote ein.

- ▶ **Open Programs:** Praxisorientierte St. Galler Seminare und mehrteilige Programme zur gezielten Weiterentwicklung der Management-Kompetenz für Führungskräfte aller Branchen und Funktionen.
- ▶ **St. Gallen Online:** St. Galler Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Unterstützt durch modernste virtuelle Lerntechnologien.
- ▶ **Executive MBA:** Akkreditiertes und staatlich anerkanntes Executive MBA Programm. Berufsbegleitend und individuell gestaltbar.
- ▶ **Master & Diplome:** Berufsbegleitende Studiengänge für leistungsorientierte Führungskräfte, die ihre Qualifizierung mit einem in der Praxis anerkannten Abschluss dokumentieren wollen.
- ▶ **Corporate Programs:** Firmeninterne Seminare und Management-Entwicklungsprogramme massgeschneidert auf konkrete Fragestellungen Ihres Unternehmens.
- ▶ **St. Gallen Consulting:** Management Consulting aus St. Gallen. Strukturiert und mit der klaren Zielsetzung, Ihren wirtschaftlichen Erfolg nachhaltig zu steigern.
- ▶ **SGMI Alumni Network:** Alumni-Events zur Netzwerkbildung und Kontaktpflege mit spannendem Erfahrungsaustausch aus Beruf und Unternehmenspraxis.

Setzen Sie auf St. Gallen Experience und rufen Sie uns an. Auf Basis unserer langjährigen Erfahrung können wir Sie bestens beraten und Ihnen massgeschneiderte Vorschläge unterbreiten.

Mit den besten Grüßen aus St. Gallen.

4 Management-Weiterbildung St. Gallen

9 | Open Programs: Seminare (Deutsch)

General Management für Executives

- 10 Executive Programm St. Gallen
- 12 Senior Executive Management-Seminar
- 13 Management & Leadership für Executives
- 14 Unternehmensführung & Persönlichkeit
- 16 St. Galler General Management-Seminar
- 18 Excellence in General Management
- 20 Advanced Management Programm
- 21 Wertorientierte Unternehmensführung
- 22 Nachhaltige Unternehmensführung, Arbeitgeberstrategie & Kultur

General Management für Juniors

- 24 St. Galler General Management-Lehrgang
- 26 Junior Management School St. Gallen
- 28 Betriebswirtschaft für Führungskräfte
- 30 Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben
- 31 Finanz- und Führungskompetenz stärken
- 32 Summer Academy St. Gallen

Leadership, Mitarbeiterführung

- 34 Executive Leadership Programm
- 36 Advanced Leadership
- 37 Ganzheitliches Change Management
- 38 Excellence in Leadership
- 40 St. Galler Führungs-Seminar
- 42 St. Galler Führungstraining
- 44 Mobilizing People
- 45 Führung & Persönlichkeit
- 46 Authentische und motivierende Führung

Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung

- 48 10 Principles of Leadership and Life
- 49 Personal Leadership
- 50 Erfolgreiche Verhandlungsführung
- 51 Rhetorik für Manager
- 52 Auftreten und Wirken

53 New Work

54 Return on Leadership

Strategisches Management

- 56 St. Galler Strategie-Seminar
- 58 Strategie und Leadership für Executives
- 60 Strategisches Business Management
- 62 Strategie & Change Management Programm
- 63 Strategische Innovation
- 64 Strategisches Entrepreneurship
- 66 Nachhaltigkeitsmanagement (Sustainability)

Marketing, Vertrieb/Sales

- 68 Strategisches Marketing im digitalen Zeitalter
- 69 New Marketing
- 70 St. Galler Marketing-Seminar
- 72 Brand Management-Seminar
- 73 Online Marketing & Social Media
- 74 St. Galler Produktmanager-Lehrgang
- 76 Marketing & Verkauf-Lehrgang
- 78 St. Galler Verkaufsmanagement-Seminar

Finanzen, Controlling

- 80 St. Galler Finanzmanagement-Seminar
- 81 St. Galler Finanzprogramm
- 82 Finanzielle Führung
- 83 Management-Kompetenz im Finanz- und Rechnungswesen
- 84 Controlling für Manager

Digital Business Transformation & Innovation

- 86 Digital Business Transformation
- 88 Leading Digital Transformation (English)
- 88 Unlocking Speed & Innovation in a Digital Age (English)
- 88 HR in a Transforming World (English)
- 88 Digital Transformation for Board Members (English)

89 | Management Programs (English)

- 90 International Management Education
- 91 Advanced Management Program
- 92 General Management Program
- 93 Leadership & Change Management Program
- 94 Leadership for Executives
- 95 Effective Leadership
- 96 Change Management for Leaders

- 97 Strategic Business Management
- 98 Strategic Management
- 99 Strategy & Leadership for Executives
- 100 Marketing Management
- 101 Financial Management for Executives
- 102 Finance and Controlling

103 | Master und Diplome

- 104 Master- und Diplomausbildung St. Gallen
- 106 Erfahrungsbericht
- 107 Doctor of Business Administration (DBA)
- 108 Executive MBA

- 110 Executive Master-Programme
- 114 SGMI Master of Management
- 119 Diplomprogramme
- 129 Management Certificates

131 | Corporate Programs

137 | St. Gallen Consulting

141 | SGMI Alumni Network

147 | St. Gallen Online

- 146 Administration und Anmeldekarte

Management-Weiterbildung St. Gallen

Als eine der führenden, international tätigen Business Schools aus dem deutschsprachigen Raum stehen wir für anspruchsvolle, praxisorientierte Management-Weiterbildung sowie für nachhaltige Consulting-Dienstleistungen auf der Basis des St. Galler Management-Ansatzes. Wir stehen ein für ausgewogene Fach- und Sozialkompetenz und ein Netzwerk, wo Sie sich mit Ihresgleichen treffen und messen können.

Ganzheitlich, systemorientiertes Management St. Gallen

Seit je sind die Management-Lehre und die Management-Ausbildung durch eine verwirrende Vielzahl von wissenschaftlichen Ansätzen, Techniken und Methoden gekennzeichnet. Die grosse Mehrzahl dieser Hilfsmittel hebt einen besonderen Aspekt des Managements hervor. Naturgemäss sind sie nicht auf einander abgestimmt. Deshalb ist schon von einem Dschungel der Management-Theorien gesprochen worden. Genau aus diesem Grunde ist die St. Galler Schule des ganzheitlichen, systemorientierten Managements entstanden.

Was in den frühen 70er Jahren begann, hat sich zum führenden Management-Ansatz entwickelt. Wie wertvoll er ist, zeigt gerade die jüngere Wirtschaftsgeschichte. Das Model der «ganzheitlichen Unternehmensführung», welches nachhaltigen Unternehmenserfolg denn kurzfristige Gewinnmaximierung stützt, bietet der Praxis eine pragmatische Orientierungs- und Anwendungshilfe. Natürlich ist der St. Galler-Ansatz nicht statisch. SGMI arbeitet an vorderster Front an dessen Weiterentwicklung und entwickelt Modelle, die weniger für die Theorie, dafür aber für die Praxis taugen.

Philosophie St. Gallen

Wir leben eine Philosophie, die auf verwertbare Erkenntnisse für die Praxis abzielt. Als Business School konzentrieren wir uns darauf, neu generiertes Wissen auf seine Praxistauglichkeit hin zu prüfen. Was für die Praxis taugt, konfrontieren wir mit der Realität. Im Rahmen eigener Projekte. Durch hunderte von Gesprächen mit Unternehmen und Führungskräften. Durch Beobachtung von Einzelfallmethoden, durch Langzeitstudien. Daraus entsteht Wissen, das in komprimierter Form vermittelbar und umsetzbar wird.

Wir bieten keine langweiligen Vorlesungen und leere Worthülsen sondern packende Inhalte und massgeschneiderte Programme und Lösungen. Moderiert von über 100 hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die als Professoren und Dozenten, renommierte Berater oder Management-Trainer beim SGMI Management Institut St. Gallen tätig sind und wissen von was sie reden. Zu unseren Referenzen zählen die renommiertesten Unternehmen. Zu unseren Stärken jährlich tausende begeisterte Kundinnen und Kunden – weltweit.

Europa

Die Bedürfnisse von Führungskräften und Unternehmen sind zunehmend global ausgerichtet. Dabei gelingt es dem SGMI Management Institut St. Gallen, dank lokaler Präsenz, Know-how in Europa, USA und Asien verfügbar zu machen und Denkansätze unterschiedlicher Kulturkreise mit dem ganzheitlichen, systemorientierten Denken aus St. Gallen zu verbinden. In unserem Heimmarkt Schweiz und Deutschland sind wir seit Jahren als einer der führenden Anbieter für Executive Education und Management Development etabliert. Mit der lokalen Präsenz in Wien verfügt SGMI über eine ausgezeichnete Basis für die direkte Kundenbetreuung und Projektumsetzung in Österreich sowie in den wirtschaftlich aufstrebenden Ländern Osteuropas.

Die Wirtschaftsräume Frankreich, Spanien, Italien, Benelux und Skandinavien beheimaten einige der führenden europäischen Konzerne. SGMI ist für diese ein exzellenter Ansprechpartner für die strategische Personalentwicklung auf höchstem Niveau.

Open Programs: Seminare

Jedes Jahr besuchen mehrere Tausend Führungskräfte die praxisorientierten öffentlichen Seminarveranstaltungen unseres Instituts.

General Management-Seminare für Executives

Der Blickwinkel «Executives» sorgt für zielgruppengerechte Themen. Diese Seminare richten sich an Executives und Führungskräfte, die in solche Funktionen aufsteigen wollen. Also an Führungskräfte mit Entscheidungs- und Resultatverantwortung. Mit dem Wunsch, neuestes General Management-Wissen nicht nur aufzunehmen, sondern es im Lichte eigener Erfahrungen zu beleuchten. Mit Erfahrungsgesprächen und Netzwerkaustausch zu anderen Executives.

General Management-Seminare für Juniors

Erfolgreiche Führung basiert auf einem ganzheitlichen Management-Verständnis. Die General Management-Seminare für Juniors bieten eine systematische und praxisgerechte Gesamtschau. General Management-Wissen für Nachwuchsführungskräfte, Führungskräfte aus dem Middle Management sowie Fachspezialisten und Praktiker. Neueste Erkenntnisse moderner Unternehmensführung werden durch praktische Anwendungen, Übungen und Management-Tools untermauert und praxisorientiert umgesetzt.

Funktionale und Spezialisten-Seminare

Mit funktional ausgerichteten Seminaren unterteilen wir den Management-Stoff in Teile – ohne das Ganze aus den Augen zu verlieren. Speziell geeignet für Führungskräfte und Spezialisten, die sich vertieft themenspezifisch weiterbilden wollen:

- ▶ Strategisches Management
- ▶ Marketing, Vertrieb/Sales
- ▶ Finanzen, Controlling
- ▶ Leadership, Mitarbeiterführung
- ▶ Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung
- ▶ Digital Business Transformation & Innovation

Management Programs in English

Die internationalen Programme kombinieren die Denksätze unterschiedlicher Kulturkreise mit dem ganzheitlichen, systemorientierten Denken aus St.Gallen. Seminar durchführungen in englischer Sprache in Europa, USA, Asien bieten Führungskräften die Möglichkeit, die Rolle ihres Unternehmens im globalen Geschehen zu hinterfragen und neu herauszufordern.

Master & Diplome

Die Master- und Diplombildung am SGMI ist etwas Besonderes. Ausgesprochen persönlicher Zuschnitt, gut bemessene Tiefe und zielfördernd geplante Eigenaktivitäten sind die Markenzeichen der Studiengänge. Die berufsbegleitenden Programme bauen auf dem ganzheitlichen, systemorientierten Management-Ansatz auf und lassen sich über ECTS Credits bis hin zum staatlich anerkannten und akkreditierten Executive MBA anrechnen:

- ▶ DBA Doctor of Business Administration (36 Monate)
- ▶ Executive MBA (24 Monate)
- ▶ Executive Master-Programme (18–24 Monate)
- ▶ SGMI Master of Management (12–18 Monate)
- ▶ Diplomprogramme (6–9 Monate)
- ▶ Management Certificates (4–8 Monate)

USA

Die USA ist für SGMI ein gleichermassen herausfordernder, wie interessanter Markt. Mit lokaler Präsenz und attraktiven Seminarangeboten in Boston sowie in Fort Myers (Florida) gelingt eine sehr hohe Kundennähe. Die kompromisslose Fokussierung auf Kundenbedürfnisse macht SGMI so zu einem anerkannten und etablierten Partner für umfassende firmeninterne Management-Programme amerikanischer Unternehmen.

Asien

China und Indien entwickeln sich rasant und zählen zu den weltweit am stärksten wachsenden Märkten. Um dieses Wachstum auch in Zukunft erfolgreich zu bewältigen, ist erstklassiges internationales Management-Wissen erforderlich. Seit Jahren ist SGMI mit Seminaren und Programmen präsent und Partner vieler Unternehmen vor Ort. SGMI führt mit Symposien und Seminaren vor Ort Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft zusammen und liefert Erkenntnisse und Informationen aus erster Hand. Einer der zentralen Standorte von SGMI im asiatischen Raum ist Japan. Japanische Unternehmen verlangen nach landes- und kulturspezifischer Vermittlung von modernem Management- und Führungswissen. SGMI etablierte sich in Japan als ein höchst kompetenter Anbieter von integrierten Entwicklungsprogrammen. Japanische Führungskräfte schätzen insbesondere das traditionell hohe Verständnis der Schweizer für andere Kulturen.

Management-Weiterbildung St. Gallen

Corporate Programs

Das ganzheitliche Weiterbildungsangebot des SGM Management Instituts St. Gallen steht auch für firmenspezifische Programme zur Verfügung und macht Weiterbildung zum erfolgswirksamen Instrument der Strategieumsetzung im Unternehmen – global und lokal. In Zusammenarbeit mit Geschäftsleitung, Personalentwicklung, Weiterbildung und Human-Resources-Verantwortlichen unserer Auftraggeber planen und realisieren wir zeitnah Programme zur Weiterbildung sowie Management- und Organisationsentwicklung. In Seminaren, Workshops und Coaching-Programmen bieten wir Wissensvermittlung, Wissenstraining und Wissensanwendung.

Management Consulting

Ebenfalls stehen wir als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung ein. 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. In unserer Beratungsphilosophie setzen wir bewusst auf die Vorteile des St. Galler Management-Ansatzes. Kurzfristige Scheinoptimierung, Überschwemmung des Kunden mit einer Heerschar von Junior-Beratern und eindimensionale Lösungen lehnen wir ab. 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.

St. Gallen Experience – ONLINE

Mit «St. Gallen Experience – online» bieten wir praxisorientiertes St. Gallen Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien, ihr Management-Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern wollen.

www.sgeo.ch

Alumni

Nach dem Motto «Wiedersehen, Kennenlernen, Wissensaustausch» ermöglichen und unterstützen die Alumni-Aktivitäten des Management Instituts St. Gallen die Netzwerkbildung sowie die Kontaktpflege zwischen Führungskräften unterschiedlichster Unternehmen und Branchen, von Grosskonzernen bis Mittelstand – weltweit. Wir bieten Symposien, Alumni-Regionaltagungen und Wissensplattformen.

St. Gallen Centers

Mit den St. Gallen Centers akzentuiert das SGM Management Institut St. Gallen seine Kompetenzen und bündelt Management-Wissen zur fokussierten und vertieften Auseinandersetzung mit einem Themengebiet.

Angeboten wird modernstes St. Galler Know-how für Management Education, firmenspezifisches Management Development und Consulting.



Weitere Informationen finden Sie in unseren Broschüren oder unter:

www.sgmi.ch

Gerne stehen wir Ihnen für ein unverbindliches Beratungsgespräch zur Verfügung.

SGMI Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7, CH-9000 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 223 50 30
seminare@sgmi.ch
Internet: www.sgmi.ch



Programm Portfolio



Master & Diplome



Management Programs
in English



Executive MBA

Gilbert Malgiaritta

lic.oec.HSG, Universität St. Gallen
Executive Director Open Programs

Center for Strategic Management

Die beste Strategie, um Erfolg dauerhaft zu sichern.



Leitung
Romed Guntern
lic.oec.HSG et lic.iur.HSG

Center for Corporate Innovation

Effiziente Innovationen im komplexen Unternehmensumfeld.



Leitung
Lucas Sauberswarz

Center for International Management

Unternehmerische Spitzenleistungen in einem globalen Umfeld.



Leitung
Walter Rodriguez
Prof. Dr.

Center for Digital Management

Den digitalen Wandel erfolgreich meistern.



Leitung
Christian Müller-Gorman

Center for Governance and Compensation

Förderung von erfolgreicher Wertschaffung.



Leitung
Stephan Hofstettler
Dr. oec. HSG

Center for Sustainability Management

ESG - das Management-System der Zukunft.



Leitung
Martin Neureiter
Mag.

Center for Marketing Management

Nachhaltigen Mehrwert auf Kundenseite schaffen.



Leitung
Marc Opresnik
Prof. Dr.



Center for Brand Management

Differenzierung durch Markenarbeit erlangen.



Leitung
Alexander Haldemann
Dr.

Center for Online Marketing & Social Media

Marketing im digitalen Zeitalter.



Leitung
Anna-Lena Klein

Center for Resilient Marketing

Der Weg zu einer agilen Marketingorganisation



Leitung
Ruben Mosblech

Center for Financial Management

Nachhaltig und langfristig Unternehmenswert steigern.



Leitung
Thorsten Truijens
Dr. oec. HSG

Center for Mergers & Acquisitions

Kundennah, kostenoptimal, wachstumsfördernd, flexibel und schnell.



Leitung
Osama Rifai
lic.rer.pol.

Center for Controlling

Steuern, lenken, regeln.



Leitung
Gilbert Malgiaritta
lic.oec.HSG

Center for Leadership Management

Leadership Excellenz erreichen.



Leitung
Daniel Schmidlin
lic.oec.HSG

Center for Change Management

Veränderungsprozesse aktiv gestalten.



Leitung
Oliver Titzmann



Center for Personal Leadership & Motivation

Die Rolle als Leader annehmen und leben.



Leitung
Mark McGregor

Center for Neuro Intelligent Leadership

Spitzenleistung beginnt im Kopf.



Leitung
Karolien Notebaert
Ph.D. Neuroscience

Center for Executive Coaching

Der one-to-one Entwicklungsansatz.



Leitung
Rolf Specht
Dr.phil.I

Center for New Work

Mitarbeiterzufriedenheit & Produktivität in der neuen Arbeitswelt.



Leitung
Andreas Seitz

Center for Rhetoric

Professioneller Umgang mit Sprache und Auftreten.



Leitung
Michael Ehlers

Center for Start-up-Management

Von der Geschäftsidee zum Markterfolg und hin zum erfolgreichen Unternehmen.



Leitung
Chris Stern
Dr., MBA

Center for Asia

Erfolgreiches Management im asiatischen Markt.

Leitung
Theresa Stewart

Xiaolong Hu





General Management für Executives

- 10 | Executive Programm St. Gallen
- 12 | Senior Executive Management-Seminar
- 13 | Management & Leadership für Executives
- 14 | Unternehmensführung & Persönlichkeit
- 16 | St. Galler General Management-Seminar
- 18 | Excellence in General Management
- 20 | Advanced Management Programm
- 21 | Wertorientierte Unternehmensführung
- 22 | Nachhaltige Unternehmensführung,
Arbeitgeberstrategie & Kultur



Executive Programm St. Gallen

3-teiliges Executive Management Programm aus St. Gallen mit dem Ziel, alle relevanten Fragestellungen der Unternehmensführung aus Sicht des Top Managements zu beleuchten. Eine einzigartige Verbindung von Strategie-, Finanz- und Leadership-Knowhow. Ganz getreu dem ganzheitlichen Denkansatz aus St. Gallen. Speziell konzipiert für Executive Manager mit weitreichender unternehmerischer Verantwortung.

Konzept

Moderne Wissensvermittlung setzt sich nicht nur mit der reinen Wissensgenerierung auseinander, sie garantiert gleichermassen auch den Wissenstransfer in die Praxis. Das SGMI Management Institut St. Gallen bietet mit diesem ganzheitlichen St. Galler Executive Management Programm ein praxisorientiertes, interaktives und umsetzungsstarkes Seminar an, in welchem aktuellstes Wissen von erfahrenen und praxiserprobten Top-Dozenten aufbereitet und präsentiert wird.

Durch die Interaktion mit und zwischen den Teilnehmenden aus Executive Management Positionen können in Ergänzung zur Vermittlung von aktuellem Management-Knowhow Erfahrungen unter seines- und ihresgleichen ausgetauscht, bestehendes Wissen hinterfragt und aktuelle Trends diskutiert werden. Dem Netzwerk-Gedanken wird hierbei in gebührender Masse Rechnung getragen – ein nicht zu unterschätzender Faktor für ein erfolgreiches Executive Management-Seminar. Praktische Methodensets, anwendungsorientierte Arbeitsinstrumente und konkrete Handlungsempfehlungen für den Einsatz in der eigenen beruflichen Führungsverantwortung runden das Programm ab.

Themenschwerpunkte

Strategisches Management

Mit griffigen und präzisen Strategien können Wettbewerbsvorteile der Zukunft aufgebaut werden. Strategien zeigen demnach den Weg auf, was heute zu tun ist, um in Zukunft erfolgreich zu sein. Wie kann dies jedoch in einer von Irrungen und Wirrungen geprägten Gegenwart funktionieren, werden Unternehmen doch immer wieder auf das Neueste mit unerwarteten und einschneidenden exogenen Faktoren konfrontiert? Eine systematische und methodische Vorgehensweise soll dabei helfen, alle strategisch relevanten Fragestellungen zu identifizieren, zu analysieren und zu bearbeiten.

Der St. Galler Strategie-Ansatz

- ▶ Strategisches Management als Konzept
- ▶ Der Umgang mit Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Vielschichtigkeit
- ▶ Das St. Galler Phasenmodell einer effektiven Strategieentwicklung
- ▶ Von der Analyse bis zur Strategieumsetzung

Strategieentwicklung

- ▶ Bewertung der Ausgangslage durch strategische Analysen
- ▶ Business Innovation als Treiber des Strategieprozesses
- ▶ Strategische Geschäftsfelder definieren
- ▶ Geschäftsmodell-Design

Strategieformulierung

- ▶ Methoden und Instrumente der Strategieformulierung: Der One-Pager
- ▶ Strategische Quantifizierung: Das Konzept des Strategiegeldes zur Finanzierung von Strategien
- ▶ Strategische Initiativen in Ziele, Mittel und Massnahmen überführen
- ▶ Meilensteine und Verantwortlichkeiten definieren

Strategieimplementierung

- ▶ Umsetzungsbarrieren identifizieren und proaktiv angehen
- ▶ Organizational Change und Management von Strukturen
- ▶ Geschäftsprozessoptimierung
- ▶ Führungsinstrumente des Strategischen Controllings einsetzen

Leadership Management

Führung ist ein sehr breites Wissensgebiet. Es existieren unterschiedlichste Lehrmeinungen, Konzepte und Verhaltensanleitungen. Den Überblick zu behalten ist schwierig, einzelne «Rezepte» greifen zu kurz. Genau hier setzt das St. Galler Leadership-Konzept ein: es ordnet die Vielfalt und es strukturiert. Es erlaubt, einen auf den eigenen Stärken basierenden Führungsstil zu entwickeln. Und es ermöglicht eine ständige Anpassung an jene Erfordernisse, die sich aus den Strategien, Leitplanken und Zielen von oben ergeben. Führungskräfte mit Ergebnisverantwortung erhalten in diesem Seminarteil eine praxisnahe Anleitung für wirkungsvolles, resultatbezogenes Führen.

Der integrierte St. Galler Leadership-Ansatz

- ▶ Vernetztes Denken in der Führung
- ▶ Die Rolle von unternehmensweiten Wertvorstellungen
- ▶ Der Zusammenhang zwischen exzellentem Leadership und der Verbesserung des Unternehmensergebnisses
- ▶ Der Umgang mit neuen Führungsansätzen im Zeitalter von New Work

Erfolgsfaktoren der Führung

- ▶ Gemeinsame Zielerreichung als Basis der Führungsarbeit
- ▶ Der Weg von der Risikokultur zur Chancenkultur

- ▶ Fehler in der Mitarbeiterführung erkennen und vermeiden
- ▶ Leadership in Krisensituationen und in Zeiten der Unsicherheit

Effektives Führungsverhalten

- ▶ Erkennen der eigenen Führungspersönlichkeit und der persönlichen Stärken
- ▶ Authentizität beibehalten und sozialkompetent führen
- ▶ Der Unterschied zwischen Führung in Standard- und Führung in Drucksituationen
- ▶ Feedback als Chance für die persönliche Weiterentwicklung nutzen

Kernkompetenz Kommunikation und Motivation

- ▶ Die kommunikativen Anforderungen an eine Führungspersönlichkeit
- ▶ Kritisches Hinterfragen klassischer und neuer Kommunikationskonzepte
- ▶ Spitzenleistungen durch Motivation
- ▶ Die Ausstrahlungskraft motivierter Mitarbeitenden auf die gesamte Organisation

Finanzmanagement

Das Strategische Management gibt die Ziele vor, gutes Leadership begleitet die Organisation auf den Weg dorthin und das Finanzmanagement stellt das Navigationsinstrumentarium zur Verfügung. Denn Finanzcontrolling steht nicht für Kontrolle, sondern für «steuern, lenken, regeln». Finanzkennzahlen werden hierbei nicht als vergangenheitsorientierte Kontrollinstrumente genutzt, vielmehr jedoch als Frühwarnindikatoren in einem Cockpit-System. Welche kritischen Finanzgrößen werden für eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung genutzt? Und wo liegen die Treiber für eine nachhaltige Wertsteigerung des Unternehmens? Diese Fragen stehen im Zentrum dieses Seminarteils.

Unternehmenssteuerung aus finanzwirtschaftlicher Sicht

- ▶ Performance Management: Verantwortlichkeiten und Werkzeuge
- ▶ Die Klaviatur der wichtigsten Finanzkennzahlen beherrschen
- ▶ Methoden der fundierten Bilanz- und Cash Flow-Analyse
- ▶ Benchmarking mittels Einsatz von Kennzahlensystemen

Das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung

- ▶ Free Cash Flow als Steuerungskennzahl und Bewertungsmassstab
- ▶ Weighted Average Cost of Capital (WACC): Das Kapitalkosten-Modell
- ▶ Strategische und operative Werttreiber
- ▶ Szenario-Simulationen, Plausibilitätsprüfungen und Umgang mit Unsicherheit

Strategisches Finanzmanagement

- ▶ Das Zusammenspiel von Strategie, Rendite und Finanzierung
- ▶ Portfolio-Management durch Investitions- und Desinvestitionsstrategien
- ▶ Vorgehensweise bei Mergers & Acquisitions
- ▶ Bewertung von Unternehmen, Unternehmensteilen und Investitionen

Moderne Finanzierungsinstrumente

- ▶ Bewertung von alternativen Finanzierungskonzepten
- ▶ Möglichkeiten und Grenzen der Wachstumsfinanzierung
- ▶ Sanierungs- und Turnaround-Management
- ▶ Bilanzmanagement durch Optimierung der Kapitalverhältnisse



Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens01

Deutschsprachige Durchführungen (3 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort		Datum
12424	1. Teil	Luzern	17. - 20.06.2024
	2. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
	3. Teil	Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
12524	1. Teil	St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
	3. Teil	St. Gallen	07. - 10.10.2024
12624	1. Teil	St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
	3. Teil	Luzern	25. - 28.11.2024
12724	1. Teil	Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil	St. Gallen	25. - 28.11.2024
	3. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025

Seminargebühr*: CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme19

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Senior Executive Management-Seminar

Topmanagement-Seminar zu den zentralen Fragen zukunftsorientierter Unternehmensführung. Spitzenreferenten mit Erfolgsausweis in Praxis, Wissenschaft und Beratung. Speziell geeignet für CEOs, Executive Führungskräfte der obersten Ebene, Vorstände, Geschäftsführer, Unternehmer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Senior Executive Manager sowie Führungskräfte, die für entsprechende Aufgaben und Funktionen vorgesehen sind.

Konzept

Vor dem Hintergrund eines stetigen und sich immer schneller drehenden Wandels muss die Vorstellung, strategische Erfolgspositionen zu besetzen, die dauerhaft rentable Marktpositionen sichern und die daraus längerfristig überdurchschnittliche Rentabilität erwarten lassen, relativiert und um neue Modelle und Management-Konzepte erweitert werden. Der Glaube, durch Kostensenkungsprogramme, Lean Management und Optimierung der Geschäftsprozesse bereits Management-Excellence zu erreichen, weicht zunehmend der Einsicht, dass damit bestenfalls ein Gleichziehen mit der Konkurrenz, aber keine echten Wettbewerbsvorteile geschaffen werden. Benchmarking genügt nicht mehr, gefragt sind vielmehr Geschäftsmodelle, die sich von der Konkurrenz abheben und damit Wettbewerbsvorteile verschaffen. Selbstverständlich kann auf der operativen Ebene auf die obengenannten Konzepte und Methoden nicht verzichtet werden. Sie allein sind jedoch noch keine Antwort auf die zentralen Fragen erfolgreicher Unternehmensführung. Das Senior Executive Management-Seminar bezweckt, hier anzuknüpfen und die zentralen Themen zukunftsorientierter Unternehmensführung aus normativer und strategischer Sicht in konzentrierter Form aufzuzeigen.

Themenschwerpunkte

Neue Geschäftsmodelle und Business Innovation

Strategisches Planen bedeutet, sich aktiv mit der Zukunftssicherung des Unternehmens zu beschäftigen. Strategische Führung soll die Ergebnisse dieses Denk- und Diskussionsprozesses in konkrete Konzepte und Aktionen auf allen Führungsebenen verwandeln. Strategisches Implementieren soll dann zu nachvollziehbaren Resultaten im Sinne dieser Zukunftssicherung führen. Soweit die Theorie. Und die Praxis? Dynamische, unberechenbare Märkte und sich rasant wandelnde Rahmenbedingungen erschweren zunehmend die Qualität und Quantifizierbarkeit der strategischen Planung. Gefragt sind deshalb flexible Geschäftsmodelle, die der digitalen Transformation Rechnung tragen, gleichzeitig aber auch in der Lage sind, dem Unternehmen eine mittelfristige Zielorientierung zu geben.

Wachstumsstrategien im Lichte der Internationalisierung und des technologischen Wandels

Die Internationalisierung der Märkte und neue technologische Errungenschaften stellen eine willkommene Möglichkeit dar, neue Kundengruppen und Märkte zu erschliessen.

Neue Marketing-Ansätze und Marken-Kommunikation

Kaum ein Unternehmen kann es sich heute noch leisten, auf die systematische Erforschung der Kundenbedürfnisse, die Steuerung der Kundenzufriedenheit und die Weiterentwicklung der kundenorientierten Unternehmenskultur zu verzichten. «Customer focus» allein reicht jedoch nicht: Der immer anspruchsvollere Kunde muss zunehmend auch über innovative Vertriebskanäle angesprochen oder bedient werden.

Erfolg mit Leadership und Kommunikation

Eine wesentliche Führungsaufgabe in der modernen Informationsgesellschaft ist die Kommunikation nach innen wie auch nach aussen. Eine glaubwürdige Kommunikationsstrategie und ein in sich konsistentes Leadership-System von den normativen Leitgedanken bis hin zum täglichen Führungsverhalten zeugen von Kompetenz und Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung.

Modernes Finanzmanagement

Vom Topmanagement wird heute vermehrt verlangt, die Interessen der Aktionäre in Form steigender Aktienkurse und höherer Dividenden stärker zu berücksichtigen. Die finanzielle Führungsverantwortung greift hingegen weiter. Im Zentrum dieses Seminarteils stehen die praxisnahe Vermittlung der dazu passenden Konzepte sowie das Aufzeigen der aktuellsten Trends im Finanzmanagement.

Seminarerdaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
50024	St. Gallen	10. - 13.06.2024
50224	Davos	02. - 05.09.2024
50324	St. Gallen	18. - 21.11.2024
50125	Luzern	24. - 27.02.2025

Seminargebühr*: CHF 5900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Zweimal 4-tägiges St. Galler Executive Management Programm für erfahrene Führungskräfte, die ganzheitliche Management- und Leadership-Verantwortung tragen und sich in den Bereichen Strategisches Management, Marketing, Kommunikation, Finanzmanagement und Leadership aktuellstes State-of-the-Art Wissen aneignen wollen.

Konzept

Executive Führungskräfte, Vorstände, CEOs, Unternehmer, Mitglieder der Geschäftsleitung und Senior Manager müssen die gesamte Klaviatur der Unternehmensführung beherrschen. Dieses 2-teilige Executive Programm liefert die Unterstützung dazu und stattet die Teilnehmenden mit praxiserprobtem und umsetzungsorientiertem Management-Know-how aus. Dabei werden in einer integrierenden Art und Weise sowohl die wichtigsten Management-Fähigkeiten wie auch die immer bedeutender werdenden Leadership-Qualitäten abgedeckt. Die Zweiteilung des Programms ermöglicht somit eine umfassende Sichtweise auf die aktuellsten Herausforderungen einer modernen Unternehmensführung.

Themenschwerpunkte

Executive Management

Teil 1 des Programms zeigt auf, wie richtige und resultatorientierte Unternehmensführung funktioniert. Neue Geschäftsmodelle, ein sich veränderndes Kundenverhalten, technologische Substitutionen und die Verlagerung von Marktschwerpunkten erfordern neue strategische Lösungsansätze, welche die eigene Marktposition auf den Prüfstand stellen.

Strategisches Management und neue Geschäftsmodelle

- ▶ Business Innovation als Treiber der Strategieentwicklung
- ▶ Wirkungsprinzipien des strategischen Managements
- ▶ Vom Strategie-Design bis zur Strategieformulierung

Zukunftsorientierte Marketing-Strategien

- ▶ Neue Marketing-Ansätze entlang der Customer-Journey
- ▶ Best Practices im Marketing Management

Herausforderung Kommunikation

- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Executive Managements
- ▶ Schärfung der eigenen rhetorischen Fähigkeiten
- ▶ Der Umgang mit Medien, Politik und Interessensgruppen

Unternehmenssteuerung durch Finanzmanagement

- ▶ Die nachhaltige Cash Flow Generierung durch ein überzeugendes Geschäftsmodell
- ▶ Ausgewogene Kennzahlen-Systeme zur Steuerung
- ▶ Hebel zur Steigerung des Unternehmenswertes

Executive Leadership

Der 2. Teil des Programms fokussiert auf die Leadership-Fähigkeiten von Executives. Sind zum Thema Management konzeptionelle, methodische und analytische Fähigkeiten gefragt, werden hier die Qualitäten von inspirierenden, motivierenden und authentischen Führungskräften angesprochen.

Das ganzheitliche St. Galler Leadership-Konzept

- ▶ Führen statt Ausführen
- ▶ Erhöhung der eigenen Leadership-Qualität
- ▶ Das Rollenverständnis von Top Executives

Das Ideal-Profil einer Führungskraft

- ▶ Das Führungsverhalten des Leaders
- ▶ Gibt es den «idealen» Führungsstil?
- ▶ Situative Führung

Authentische Führung

- ▶ Die eigenen Stärken stärken
- ▶ Sich selbst als Leader definieren
- ▶ Innere Ruhe, Stärke und Überzeugungsvermögen

Leadership durch Motivation und Kommunikation

- ▶ Führen von High Performance Teams
- ▶ Kommunikative und soziale Fähigkeiten
- ▶ Die Wirkung guter Kommunikation auf die Motivation

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
14024	1. Teil St. Gallen	10. - 13.06.2024
	2. Teil Brunnen	19. - 22.08.2024
14424	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil St. Gallen	07. - 10.10.2024
14524	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Luzern	25. - 28.11.2024
14624	1. Teil St. Gallen	18. - 21.11.2024
	2. Teil Luzern	25. - 28.11.2024
14724	1. Teil St. Gallen	18. - 21.11.2024
	2. Teil Luzern	27. - 30.01.2025
14125	1. Teil Luzern	24. - 27.02.2025
	2. Teil Davos	17. - 20.03.2025

Seminargebühr*: CHF 10900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme18

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Unternehmensführung & Persönlichkeit

Dieses 2-teilige Executive Programm unterstützt Sie bei der Bearbeitung von wichtigen Themen und Fragestellungen sowie bei der Wahrnehmung Ihrer breiten unternehmerischen Verantwortung. Konzepte und Lösungsansätze, die aus Sicht der Gesamtleitung oder der Mitverantwortung in einem obersten Management-Team erfolgsentscheidend sind, werden dabei 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 Wertbeitrag weniger mit kurzfristigen Börsenschwankungen als mit überzeugenden Leistungen und langfristiger Wertsteigerung verknüpfen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Ganzheitliche Unternehmensführung

Das 4-tägige Executive-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). Oder 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: Führungspersönlichkeit

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
- ▶ Die souveräne Führungspersönlichkeit

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
- ▶ Sozialkompetenz
- ▶ Einsatz leistungsverstärkender Führungsinstrumente
- ▶ Anreize für überdurchschnittliche Leistungen schaffen



Teilnehmerstimmen



«Das Seminar hat meine Erwartungen übertroffen. Erstklassige Dozenten, auf einem sehr hohen Niveau mit viel praxisnähe und der notwendigen Leichtigkeit!»

«Tolle Seminartage, die Klasse aufeinander aufgebaut haben. Die wertvollen Inhalte sowie die Art und Weise, diese zu vermitteln, haben mir ausgezeichnet gefallen.»

«Ein sehr professionelles und zielgerichtetes Seminar mit erfahrenen Dozenten und sehr hoher Praxisrelevanz.»

«Das Seminar war für mich sehr hilfreich - inhaltlich Klasse, tolle Referenten sowie eine wirklich passende Teilnehmergruppe.»

«Ein stimmiges Gesamtpaket mit Top-Referenten und sehr viel praxisnahem, einfach zugänglichem aber trotzdem wissenschaftlich-fundiertem Wissen!»

«Ein sehr gutes, praxisorientiertes Programm, das in kurzer Zeit und konzentrierter Form das aktuelle Management-Wissen vermittelt.»

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1324	1. Teil	Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.10.2024
ML1334	1. Teil	St. Gallen	18. - 21.11.2024
	2. Teil	Wildhaus	26. - 28.02.2025
ML1315	1. Teil	Luzern	24. - 27.02.2025
	2. Teil	Eich	21. - 23.05.2025
ML1325	1. Teil	St. Gallen	12. - 15.05.2025
	2. Teil	Brunnen	22. - 24.10.2025

Seminargebühr*: CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls13

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler General Management-Seminar

Seminar mit dem Ziel, die wichtigsten Entscheidungen von Ergebnis- und Veränderungsverantwortlichen ganzheitlich und in ihrer Vernetzung darzustellen. Speziell geeignet für Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer, Leiter von Geschäftsbereichen und Unternehmenseinheiten, Führungskräfte, die eine ganzheitliche Führungsaufgabe innehaben oder übernehmen werden sowie für Verantwortliche von wichtigen Veränderungsprojekten.

Konzept

Die Anforderungen an gesamtverantwortliche Führungskräfte steigen: Krisensituationen, globale Konkurrenz und Internationalisierung des Geschäfts, Konzentrationsprozesse und Zwang zu Kostensenkung, Innovations- und Differenzierungsnotwendigkeit sowie technologischer Wandel erzeugen eine fast unglaubliche Dynamik. Für das Management heisst dies, in immer kürzeren Abständen wichtige, richtungsweisende Entscheidungen treffen zu müssen. Die meisten dieser Entscheidungen weisen zwei Merkmale auf:

- ▶ Es sind nie alle Informationen vorhanden, die man für eine rein rationale Entscheidung benötigen würde. Zudem sind die vorhandenen Informationen auf mehrere «Köpfe» im Unternehmen verteilt.
- ▶ Unternehmerische Entscheidungen betreffen meist komplexe Situationen und erfordern daher vernetztes Denken. So kann z. B. eine Strategie nicht gegen die Logik der Anreizsysteme realisiert werden, eine Ausdehnung des Sortiments beeinflusst die Kapitalintensität, Pioniertaten bedingen Pioniergeist und veränderungsfreudige Kultur usw. Im Seminar werden Konzepte, Methoden und praktische Ausgestaltung anhand von Praxisbeispielen und Teilnehmererfahrungen vertieft und instrumental so untermauert, dass ein Praxistransfer der Erkenntnisse ermöglicht wird.

Themenschwerpunkte

Zentrale unternehmerische Entscheidungen

Anhand des St. Galler Management-Ansatzes wird am ersten Seminartag eine systematische «Reise» durch die Entscheidungswelt eines General Management-Verantwortlichen unternommen:

- ▶ Welches sind die zentralen unternehmerischen Entscheidungen?
- ▶ Was bedeutet «vernetztes Denken» zur Gesamtsteuerung eines Unternehmens oder einer Unternehmenseinheit?

Strategisches Management

Strategien definieren Leitstern und Marschrichtung des Unternehmens. Gesamtverantwortliche Führungskräfte sind für den Entwicklungsstand der strategischen Planung, der strategischen Führung und der Strategieimplementierung zuständig. Obwohl Grundlagen, Methoden und Instrumente des strategischen Managements heute bekannt und weit verbreitet sind, befriedigt die Integration des strategischen Managements in die Führungssysteme meist nicht.

- ▶ Wie sollen strategische Entscheidungen vorbereitet werden, um zu den wirklich wegweisenden Entscheidungen zu gelangen?
- ▶ Welche strategischen Impulse sind «Chefsache» und in der Verantwortung der obersten Leitung?
- ▶ Welche Methodik hat sich in der Praxis bewährt, um das strategische Management mit Planung, Budgetierung und Kontrolle zu verknüpfen und somit als echtes Führungsinstrument ausbauen zu können?
- ▶ Methoden und Instrumente, die zu Digital Readiness und Business Excellence verhelfen

Markt- und Marketing-Management

Auch wenn der Führungsverantwortliche nicht Marketing-Profi ist: Die wesentlichsten Markt- und Marketing-Entscheidungen müssen von ihm getroffen bzw. getragen werden.

- ▶ Wie realisieren wir Kundennutzen und Kundennähe?
- ▶ Welche Corporate Identity und welches Marken-Image streben wir an?
- ▶ Welche Produkt-/Marktsegmente mit welchen Servicekonzepten bearbeiten wir?
- ▶ Welche Positionierung, welches Preis-Leistungs-Konzept wollen wir?
- ▶ Wie erreichen wir in Marktbearbeitung und Verkauf die höchste Wirkung?



- ▶ Welche Distributions- und Logistikkonzepte ermöglichen Wettbewerbsvorteile?
- ▶ Wie setzen wir Key-Account-Management zur Grosskundenbetreuung ein?
- ▶ Welche Chancen bieten uns die neuen Medien und das Online Marketing?

Finanzmanagement

Ergebnisverantwortliche Führungskräfte werden zusätzlich zu den strategischen und marktbezogenen Resultaten an finanzwirtschaftlichen Resultaten gemessen. Aktionäre, Gesellschafter, Bankenvertreter und Analysten erwarten steigende Gewinne, Cash-flow, Free Cash-flow, Eigenkapitalrenditen und, bei börsenkotierten Firmen, steigende Aktienkurse und Dividenden. Die «Shareholder Value-Perspektive» erzeugt Druck auf das Management und zwingt jeden Ergebnisverantwortlichen, die Steuerungsmechanismen des Finanzmanagements zu beherrschen.

Human Resources Management und Leadership

Wer für Dutzende, Hunderte oder gar Tausende Mitarbeiter verantwortlich ist, führt selbst nur gerade einige wenige in direkter Linienverantwortung. Effektivität und Führungsklima können vom Gesamtverantwortlichen direkt nur in seinem eigenen Team gesteuert werden. Wie aber ist Mitarbeiterleistung und Arbeitszufriedenheit auf allen Ebenen zu steuern?

- ▶ Die «Gesetze» erfolgreicher Führung
- ▶ Methoden und Instrumente für Effektivität und Effizienz
- ▶ Kommunikations- und Konfliktfähigkeit entwickeln
- ▶ Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen
- ▶ Leadership entwickeln und fördern



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/38

Seminarerdaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
51224	Davos	24. - 27.06.2024
51324	St. Gallen	28. - 31.10.2024
51125	Horn/St. Gallen	17. - 20.02.2025
51225	Davos	30.06. - 03.07.2025

Seminargebühr*: CHF 4900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen



«Ich möchte Ihnen gerne meine Hochachtung für die exzellente Qualität des Seminars ausdrücken. Vor allem möchte ich die exzellente Qualität der Referenten in ihren entsprechenden Bereichen loben. Für mich war die Seminarwoche ein Riesenerfolg und eine Bestätigung dessen, dass ich die richtige Entscheidung getroffen habe, mich beim SGMI weiterzubilden.»

«Tolles Seminar, die Erwartungen wurden übererfüllt! Viele Beispiele zur Verdeutlichung und anschauliche Präsentationen in ansprechender Location. Werde ich definitiv weiterempfehlen.»

«Sehr gutes Seminar mit kompakter Darstellung der wichtigsten Punkte. Hochqualifizierte Dozenten, die diese Themen ausgesprochen kurzweilig mit hohem Praxisbezug vermittelt haben.»

«Hochwertige Vermittlung des aktuellen Erkenntnisstandes in den einzelnen Themengebieten: Kompakt und informativ.»

«Die Seminarinhalte werden verständlich und praxisgerecht vermittelt. Uneingeschränkt empfehlenswert!»

«Sehr praxisnahes Seminar mit tollen Referenten. Meine Batterien sind wieder voll. Eines der besten Seminare, das ich je besucht habe!»

«Sehr professionelles Seminar - hat meine Erwartungen übertroffen. Kompetente Dozenten mit stark praxisorientiertem Hintergrund, toll!»

«Ein exzellenter Überblick in perfekter Balance aus möglicher Breite und nötiger Tiefer über die Schlüsselfelder des Managements.»

Excellence in General Management

2-teiliges Programm für Führungskräfte in General-Management-Positionen sowie jene, die in solche Positionen nachrücken werden. Geeignet für Unternehmerinnen und Unternehmer sowie deren Stellvertreter, Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands, Verantwortliche wichtiger Teilbereiche sowie Führungskräfte der oberen Ebenen, Leiter/innen bedeutender Profitcenters, Funktionalverantwortliche und Spezialisten.

Konzept

Die Zeiten sind härter geworden. Es gilt, in einem schwierigen Umfeld den Erfolg zu sichern und zu den Besten zu gehören. Gutes soll, sofern es auch für die Zukunft hilft, bewahrt werden. Neues jedoch ist unerlässlich, um im Wandel zu bestehen. Führungskräfte in General-Management-Positionen sind dabei besonders gefordert: Sie geben jene Impulse und treffen jene Entscheidungen, die das Wohlergehen des Unternehmens bestimmen und bestimmen werden. «Excellence in General Management» ist ein 2-teiliges Programm, das die heute besonders wichtigen Themen erfolgreicher Management-Tätigkeit behandelt, neues Wissen aufzeigt und ausreichend Zeit einräumt, um die wesentlichen Fragen der Praxis vertieft zu beleuchten.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Der St. Galler Management-Ansatz

Wofür braucht es Management-Modelle? Und was hat den St. Galler Management-Ansatz für die Praxis so wertvoll gemacht? Die Teilnehmenden lernen, wie eine Vielzahl von Zielen, eine Flut von Projekten und Programmen so geordnet werden, dass Ganzheitlichkeit nicht verloren geht und Resultate im Vordergrund bleiben. Sie lernen, Komplexität und Vielfalt als Teil der Führungsaufgabe zu akzeptieren und Umsetzungsstärke und Antriebskraft in vernetzten Situationen auszubauen.

- ▶ Komplexität als Teil der unternehmerischen Realität
- ▶ Die Kunst, ganzheitlich zu führen
- ▶ Resultatorientierung und Umsetzungsstärke im General-Management
- ▶ Zentrale unternehmerische Entscheidungen

Die richtige Strategie

Strategische Entscheidungen sind Weichenstellungen. Meist irreversibel. Und der eingeschlagene Weg entscheidet über Erfolg oder Misserfolg, über Wertaufbau oder Wertverlust, über Sicherheit der Arbeitsplätze oder schleichenden, manchmal abrupten Abbau, über Marktanteilsgewinn oder Verlust der Marktposition. Strategische Fehler rächen sich nicht sofort, aber dafür umso härter. Strategische Innovationen rentieren nicht sofort, aber sie sollen die Zukunft sichern. Wer strategischen Handlungsbedarf übersieht oder verdrängt, handelt fahrlässig. Die Qualität eines gekonnten General Managements zeigt sich an der Qualität der strategischen Entscheidungen.

- ▶ Wie strategischer Handlungsbedarf diagnostiziert wird
- ▶ Wie der Megatrend Digitalisierung das Geschäftsmodell-Design beeinflusst
- ▶ Wie strategische Optionen evaluiert werden
- ▶ Wie Strategien entwickelt werden, mit denen die Chance auf eine erfolgreiche Zukunft optimiert werden kann

Konsequente Umsetzung am Markt

Viel zu viele Strategien und hoffnungsvolle Business-Modelle versanden. Oft deswegen, weil sie am Markt nicht konsequent umgesetzt werden. Welche strategischen Marketing-Entscheidungen bestimmen über den Markterfolg?

- ▶ Differenzierung über Kundennutzen
- ▶ Kundennähe als Erfolgsfaktor
- ▶ Was verkaufen wir: Produkt, Service, Lösung oder Erlebnis?
- ▶ Die Markenstrategie bestimmen und umsetzen
- ▶ Die erfolgversprechendste Positionierung
- ▶ Stärke in der Marktbearbeitung ausbauen und nutzen
- ▶ Online Marketing und neue Medien bewusst einsetzen

Human Resources Management

Excellence in Business Management bedeutet Führungsverantwortung nicht nur über eine einzige Hierarchieebene, sondern über einen grossen Geschäftsbereich oder ein gesamtes Unternehmen wahrzunehmen. Effektivität und Führungsklima können jedoch direkt nur im eigenen Team gesteuert werden. Was ist zu tun, um darüber hinaus Mitarbeiterleistung und Arbeitszufriedenheit auf allen Ebenen zu bewirken?

- ▶ Die Gesetzmässigkeiten erfolgreicher Führung
- ▶ Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen
- ▶ Leadership entwickeln und fördern

Finanzmanagement

Die Erwartung, den Unternehmenswert zu steigern, erzeugt Druck auf das Management und zwingt Ergebnisverantwortliche, die Steuerungsmechanismen des Finanzmanagements zu beherrschen. Wer nicht in börsennotierten Unternehmen tätig ist und den Druck des Finanzmanagements weniger stark spürt, kommt dennoch an ökonomischen Sachzwängen, Erwartungen der Eigner oder Ratings der Banken nicht vorbei. Ergebnisverantwortliche Führungskräfte werden zusätzlich zu den strategischen und marktbezogenen Resultaten primär auch an finanzwirtschaftlichen Ergebnissen gemessen.

- ▶ Finanzielle Führung und Ergebnissteigerung
- ▶ Moderne Kennzahlensysteme
- ▶ Financial Engineering
- ▶ Den Unternehmenswert steuern

Teil 2

Veränderung durch Führung

Wer Veränderungen umsetzen will, kommt mit neuen Spielregeln alleine meist nicht zum Ziel. Hier braucht es Veränderungen: Neue Strukturen, neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle. Dazu neue Kernkompetenzen, neue «human skills», eine neue Kultur, neue Prozesse und angepasste Informations- und Kommunikationssysteme. Wo Change Management nötig ist, ist Leadership gefordert.

- ▶ Führungswirkung und Technik
- ▶ Organisatorische und Persönliche Aspekte
- ▶ Führen, um zu implementieren
- ▶ Instrumente wirkungsvoller Führung
- ▶ Erfahrungen aus der Praxis

Change Management

Wer die Gefahren einer erfolgreichen Strategieumsetzung kennt, weiss, wo steuernd anzusetzen ist. Meist braucht es einige ganz entscheidende Eingriffe in das System der Unternehmung, um Ziele auch zu erreichen.

- ▶ Phasenkonzept für erfolgreiches Change Management
- ▶ Akzeptanz für Wandel erreichen
- ▶ Implementierungsbarrieren erkennen und lösen
- ▶ Der Umgang mit Ängsten und Widerständen
- ▶ Trends im Change Management

Leadership und Führungsverhalten

In Situationen des Umbruchs sehen sich Führungskräfte oft mit Situationen konfrontiert, in welchen es schwierig ist, den richtigen Umgang damit zu finden. Wie soll in solchen Führungssituationen reagiert werden, welche Massnahmen drängen sich auf und welche Vorgehensweisen bieten sich in kritischen Momenten dieser Art einer Führungskraft an? Die Antworten dazu können direkt in der Praxis umgesetzt werden und bieten einen klaren Handlungsrahmen, der für genau solche Fälle bereit gehalten werden kann.

- ▶ Unterschiedliche Führungssituationen erfordern unterschiedliches Führungsverhalten
- ▶ Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen
- ▶ Das eigene Kommunikationsverhalten in kritischen Situation



Teilnehmerstimmen

«Exzellente. Bestes Management-Training bisher. SGMI-Niveau hoch.»

«Das Seminar hat meine Erwartungen voll und ganz erfüllt. Der übersichtliche theoretische Einstieg wird mit Impulsen und Trends verknüpft, die auch gemeinsam im Team mit Praxisbezug kontextualisiert werden.»

«Auf top Niveau ausgetragenes Seminar. Die Stoffinhalte wurden intelligent und mit scharfem Sinn vermittelt. Eine sehr gute Erfahrung, mein Wissen zu erweitern und auch in der Praxis zu verwenden.»

«Sehr kompetente Referenten sowie einwandfrei vorbereitetes und durchgeführtes Seminar. Jederzeit zu empfehlen!»

«Ausgezeichnete Referenten, die über viel Erfahrung verfügen und vor allem in der Lage sind, auf die relevanten Schwerpunkte zu fokussieren und parallel dazu die Zusammenhänge herzustellen. Sehr gut!»

«Das Seminar lebt und besticht durch die lebendige Gestaltung und durch die mit vielen Praxisbeispielen angereicherte Vermittlung von Lerninhalten in überaus angenehmer Atmosphäre.»



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/16

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
42324	1. Teil Davos	24. - 27.06.2024
	2. Teil Eich	16. - 19.09.2024
42424	1. Teil Davos	24. - 27.06.2024
	2. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
42524	1. Teil St. Gallen	28. - 31.10.2024
	2. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
42624	1. Teil St. Gallen	28. - 31.10.2024
	2. Teil Luzern	07. - 10.04.2025
42125	1. Teil Horn/St. Gallen	17. - 20.02.2025
	2. Teil Luzern	07. - 10.04.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme08

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Advanced Management Programm

Achttägiges Management-Seminar in zwei Teilen zu den zentralen Themen erfolgreicher Unternehmensführung für Vorstände, Aufsichts- und Verwaltungsräte, Unternehmer, Geschäftsführende Gesellschafter, Mitglieder der Geschäftsleitung, Direktoren, Geschäftsführer, General Manager, Geschäftsbereich-Verantwortliche sowie Führungskräfte, die für solche Funktionen vorgesehen sind.

Konzept

Das Advanced Management Programm eignet sich speziell für Führungskräfte, die sich bewusst einmal aus dem Geschäftsalltag ausklinken wollen, um über die grundlegenden Fragen erfolgreicher Unternehmensentwicklung zu reflektieren. Sie lassen sich durch Top-Referenten die neuesten Management-Themen präsentieren, sehen dann Analogien zu ihrem eigenen Unternehmen; Assoziationen werden geweckt, Ideen für eigene Schwerpunktthemen angeregt. Ausreichend Zeit bleibt für den Erfahrungsaustausch untereinander sowie die Möglichkeit, die Referenten mit konkreten Problemstellungen aus dem eigenen beruflichen Umfeld zu konfrontieren.

Zuallererst beschäftigen wir uns mit der «Königsdisziplin» des Top Managements, dem strategischen Management. Erfahrungen aus über 200 Strategiprojekten fließen dabei ein. Anschliessend stehen Marketing aus Sicht des Total Customer Focus sowie finanzielle Führung im Zentrum. Als letztes werden die Themen Leadership und Change Management beleuchtet. Wir zeigen Ihnen dabei, welche Möglichkeiten Executives wirklich haben, um die Leistung an der Basis entscheidend zu beeinflussen und durch gutes Leadership die Resultate zu verbessern.

Zu Beginn des zweiten Teils zeigen wir anhand von Praxisfällen, wie Projekte zur Ergebnisverbesserung, Restrukturierung und Reorganisation angepackt werden. Mit den Programmpunkten Finanzmanagement, Unternehmensbewertung, Mergers & Acquisitions und Finanzierung beenden wir ein Programm, das Ihnen sicher wertvolle Impulse für die Praxis sowie interessante persönliche Kontakte und einen lebhaften Erfahrungsaustausch gebracht haben wird.

Teilnehmerstimme



«Extrem «dichte» und relevante Wissens- und Informationsvermittlung in effizienter Form. Das Seminar hat Lust auf Mehr gemacht.»

Themenschwerpunkte

Teil 1

- ▶ Unternehmensführung nach dem ganzheitlichen St. Galler Management Modell
- ▶ Strategisches Management
- ▶ Der ganzheitliche Prozess der Strategieentwicklung
- ▶ Total Customer Focus im Zentrum des Marketings
- ▶ Finanzielle Führung, Controlling
- ▶ Instrumente zur Steuerung
- ▶ Leadership & Change Management

Teil 2

- ▶ Finanzmanagement
- ▶ Kennzahlen analysieren und bewerten
- ▶ Ergebnissteuerung in der Praxis
- ▶ Restrukturierung und Reorganisation
- ▶ Unternehmensbewertung
- ▶ Mergers & Acquisitions
- ▶ Finanzierung

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens01

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
53324	1. Teil Davos	24. - 27.06.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
53424	1. Teil Davos	24. - 27.06.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
53524	1. Teil St. Gallen	28. - 31.10.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
53624	1. Teil St. Gallen	28. - 31.10.2024
	2. Teil St. Gallen	31.03. - 03.04.2025
53125	1. Teil Horn/St. Gallen	17. - 20.02.2025
	2. Teil St. Gallen	31.03. - 03.04.2025
53225	1. Teil Horn/St. Gallen	17. - 20.02.2025
	2. Teil Brunnen	15. - 18.09.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

2-mal 4-tägiges Top-Programm zu den wesentlichen Herausforderungen einer erfolgsgerichteten wertorientierten Unternehmensführung mit den Kernthemen Strategie, Umsetzung am Markt, Kommunikation/Rhetorik und Finanzen.

Konzept

Die meisten Management-Konzepte bieten nur halbherzige Antworten auf die zentralen Themen erfolgreicher Unternehmensführung. In 2-mal 4 packenden Seminartagen zeigen wir, was gutes Management wirklich ausmacht. Das auf Executive- und General-Management-Ebene angesiedelte Programm eignet sich speziell für Führungskräfte, die aktuelles Wissen suchen und eigene Erfolgsrezepte auf den Prüfstand stellen wollen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Mit strategischem Management Wettbewerbsvorteile aufbauen

- ▶ Strategisches Management im Zeitalter des digitalen Wandels und disruptiver Innovation
- ▶ Was gute von schlechten Strategien unterscheidet
- ▶ Wie Strategien formulieren und instrumental darstellen?
- ▶ Frühwarnsysteme, strategisches Controlling
- ▶ Die Kunst der Implementierung

Umsetzung am Markt durch Marketing Management

- ▶ Der neue Konsument und Kunde
- ▶ Konsequenzen für die Marketing-Strategie
- ▶ Anspruchsvolle Markenführung
- ▶ Markenstrategie, Identität, Positionierung
- ▶ Innovative Marketingkanäle

Stellgrösse Kommunikationsmanagement

- ▶ Werte, Normen und Verhaltensrichtlinien quer durch die Organisation kommunizieren
- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Chefs bei der Veränderung einer Unternehmenskultur
- ▶ Die Gesetze wirkungsvoller Rhetorik

Wertorientiertes Finanzmanagement

- ▶ Optionen zur Steigerung des Unternehmenswertes
- ▶ Die Shareholder-Value-Logik
- ▶ Wertorientierte Kennzahlensysteme

Teil 2

Finanziellen Überblick schaffen

- ▶ Jahresabschluss und Financial Reports analysieren, Optimierungspotentiale erkennen
- ▶ Cash-flow-Analyse, Performance-Messung
- ▶ Kosten-/Volumen-/Gewinnanalysen

Steuerungsfaktoren für Gewinn und Rentabilität

- ▶ Performance Drivers
- ▶ Gewinn und Rentabilität steigern: Wie vorgehen?
- ▶ Kostentreiber kennen und steuern

Planungs-, Budgetierungs- und Controlling-Prozess

- ▶ Stimmen Budgetierung, Planung und Controlling?
- ▶ Quantifizierung der Unternehmensziele
- ▶ Budgetziele mit strategischen Zielen abstimmen
- ▶ Koordination von Gewinnerwartung und Investitionen in Projekte und neue Geschäfte

Investitionsanträge beurteilen

- ▶ Wie sind Investitionsanträge einzureichen?
- ▶ Wie werden Investitionsanträge geprüft?
- ▶ Gefahren für finanzielle Zielerreichung erkennen

Akquisitionen

- ▶ Auswahl und Bewertung von Akquisitionen
- ▶ Akquisitionen als Instrument des Portfolio-Managements
- ▶ Prüfung möglicher Akquisitionskandidaten: Vorgehen
- ▶ Wertberechnung: Methoden und Praxisaspekte

Fusionen

- ▶ Synergien durch Fusionen und Allianzen nutzen
- ▶ Synergieeffekte analysieren, Synergieeffekte bewerten
- ▶ Post-Merger-Syndrom

Finanzierung sicherstellen

- ▶ Alternative Finanzierungskonzepte, Vor- und Nachteile
- ▶ Financial Engineering

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
43024	1. Teil St. Gallen	10. - 13.06.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
43324	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
43424	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
43524	1. Teil St. Gallen	18. - 21.11.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024

Seminargebühr*: CHF 10900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Erfolgreich Wert schaffen und Werte verankern.

In einem zunehmend dynamischen Unternehmensumfeld ist eine nachhaltige Unternehmensführung und die passende Governance für die langfristige Wertschaffung von zentraler Bedeutung. Wie lassen sich bei stetig wachsenden Erwartungen der Stakeholder unterschiedliche Perspektiven vereinen? Wie können die Interessen der Eigentümer effektiv in die Unternehmensstrategie integriert werden? Und welche Rolle spielt dabei die Governance? Diese Fragen werden im Rahmen des zweitägigen Seminars beleuchtet. Darüber hinaus wird aufgezeigt, welche Führungs- und Vergütungsansätze die Transformation der Arbeitswelten untermauern und eine Kultur der Zusammenarbeit fördern, um die Arbeitgeberattraktivität weiter zu steigern.

Konzept

Zur Entwicklung der richtigen Rahmenbedingungen für langfristige Wertschaffung gilt es, verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen und den zunehmenden Anforderungen von Mitarbeitenden und weiteren Anspruchsgruppen gerecht zu werden. Die Ausgangslage bildet dabei ein gemeinsames Verständnis von nachhaltigem Erfolg, woraus die folgenden Eckpfeiler abgeleitet werden:

- ▶ Selbstverständnis und Unternehmenswerte
- ▶ Grundsätze einer Arbeitgeberstrategie
- ▶ Performance Messung und Beurteilung
- ▶ Zusammenspiel zwischen Kultur, Führung und Vergütung
- ▶ Entwicklung eines angemessenen Führungs- und Vergütungssystems

Basierend auf diesen Eckpfeilern ist das Seminar in Themenschwerpunkte gegliedert, die systematisch aufeinander aufbauen. Um eine nachhaltige Unternehmensstrategie zu etablieren, sollte das Selbstverständnis und die Unternehmenswerte so definiert werden, dass im Unternehmen auf dasselbe Ziel hingearbeitet wird. Gleichzeitig ist die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit (ESG) und den Interessen der Anspruchsgruppen nicht nur aus strategischer Sicht unabdingbar. Zur zielorientierten Ausrichtung der Führungsebene und um mögliche Zielkonflikte vorzubeugen, sollten dabei die richtigen Governance-Voraussetzungen für eine fundierte Performance-Diskussion geschaffen werden.

Auf dieser Grundlage wird aufgezeigt, wie eingebettete Führungs- und Vergütungssysteme im gesamten Unternehmen entwickelt werden und die Transformation der Arbeitswelten unterstützen können. Dabei wird auch der zunehmenden Bedeutung intrinsischer Motivationsfaktoren, neben den monetären Anreizen, Rechnung getragen. Ein effektiver Ansatz, um eine Kultur der Zusammenarbeit nachhaltig zu fördern, ist die «Trennung von Führung und Geld».

Themenschwerpunkte

Nachhaltige Unternehmensstrategie: Was ist Erfolg?

- ▶ Definition von Purpose und Unternehmenswerten
- ▶ Übersetzung des Geschäftszwecks in ein gemeinsames Verständnis
- ▶ Sinnstiftung und Arbeitgeberstrategie
- ▶ Führungs- und Vergütungsstrategie

Verknüpfung von Performance und Nachhaltigkeit

- ▶ Nachhaltigkeit und Impact
- ▶ Umgang mit Ermessen in der Entscheidungsfindung
- ▶ Unterscheidung zwischen Performance und Bedingung
- ▶ Umgang mit Zielkonflikten

Kultur, Führung und Vergütung

- ▶ Neue Arbeitswelten
- ▶ Kulturelle Transformation verknüpfen mit Führung und Vergütung
- ▶ Vergütungsphilosophien und Lohntransparenz
- ▶ Monetäre und intrinsische Motivationsfaktoren

Trennung von Führung und Geld

- ▶ Mythen von traditionellen Bonussystemen
- ▶ Teilen von Erfolg und Erfolgsbeteiligungsmodelle
- ▶ Herausforderungen für die Führung
- ▶ Umgang mit Trittbrettfahrern und Outperformern

Seminarinformationen (2 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
25224	St. Gallen	07. - 08.10.2024
25125	St. Gallen	07. - 08.04.2025

Seminargebühr*: CHF 3200.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme17

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



General Management für Juniors

- 24 | St. Galler General Management-Lehrgang
- 26 | Junior Management School St. Gallen
- 28 | Betriebswirtschaft für Führungskräfte
- 30 | Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben
- 31 | Finanz- und Führungskompetenz stärken
- 32 | Summer Academy St. Gallen



St. Galler General Management-Lehrgang

Zweimal 4-tägiger Lehrgang für Führungskräfte, die modernstes General Management-Wissen ganzheitlich und systematisch auftanken und ihre in der Praxis gewonnenen Erkenntnisse kritisch hinterfragen wollen. Speziell geeignet für Führungskräfte aus dem Middle und General Management, Nachwuchskräfte, die sich auf General Management-Funktionen vorbereiten, sowie funktionale Spezialisten, die sich Wissen über ganzheitliche Unternehmensführung aneignen wollen.

Konzept

Der St. Galler General Management-Lehrgang vermittelt modernes Wissen zur Führung von Unternehmen, Geschäftsbereichen, Tochtergesellschaften, Filialen und Teilbereichen mit Ergebnis- oder Kostenverantwortung. General Management ist dabei nicht Privileg des Top Managements, sondern Aufgabe einer jeden mit Ergebnisverantwortung und der Umsetzung strategischer Ziele betrauten Führungskraft.

Basierend auf dem St. Galler Management-Ansatz werden die einzelnen Themenbausteine aus Sicht der Gesamtzusammenhänge praxisnah dargestellt und umsetzungsorientiert diskutiert. General Management bedeutet ja gerade, auf Teiloptimierung zu verzichten und die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf sämtliche wesentlichen Zielsetzungen erkennen zu können. Diese Gesamtsteuerung ermöglicht es letztlich auch, Unternehmen und Teilbereiche trotz zum Teil auseinanderdriftender Vorstellungen und Ziele auf Kurs zu halten: So soll das Unternehmensergebnis des laufenden Jahres verbessert werden, gleichzeitig dürfen die Investitionen in die Zukunft nicht vernachlässigt werden. Der Shareholder Value soll gesteigert werden, gleichzeitig soll dank Mitarbeiterorientierung das Betriebs- und Führungsklima verbessert werden. Strukturen sollen einfach, transparent und steuerbar sein; andererseits führen mehrdimensionale Geschäftsfeld-Betrachtungen mit z. B. Kunden-, Regionen-, Vertriebskanal- und Produktebenen zu schweren, mehrdimensionalen Strukturmodellen. Selbstorganisation soll zu Entrepreneurship und eigenverantwortlichen Teams führen, gleichzeitig werden Entscheidungen und Kompetenzen zentralisiert, um straffer führen und enger kontrollieren zu können. Informations- und Kommunikationsfluss sollen verbessert werden, andererseits erfordert das dynamische Umfeld rasche Entscheidungen und sofortige Umsetzung.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliche Unternehmensführung

Der erste Seminarteil beginnt mit einer Einführung in das Gesamtsystem der Unternehmensführung:

- ▶ Steuerung und Lenkung von Unternehmen und Teilbereichen
- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Methoden, Konzepte und Rezepte auf dem Prüfstand

Strategisches Management

Danach werden die Themen Strategisches Management sowie Kultur und Fähigkeitsentwicklung praxisnah aufgezeigt:

- ▶ Methoden zum Erkennen des strategischen Handlungsbedarfs
- ▶ Megatrend Digitalisierung und Geschäftsmodell-Design
- ▶ Entwickeln und Bewerten von strategischen Optionen
- ▶ Schrittweises Vorgehen zum Formulieren von erfolgsversprechenden Strategien
- ▶ Vermeiden typischer Fehler und Irrtümer
- ▶ Dank Implementierungskonzept den Umsetzungserfolg verbessern
- ▶ Unternehmenskultur als Katalysator oder Barriere?
- ▶ Die Entwicklung neuer Fähigkeiten und Wettbewerbsvorteile als Messlatte für strategischen Veränderungserfolg
- ▶ Schritte hin zu einer Hochleistungsorganisation

Marketing Management

Strategische, strukturelle und prozessgerichtete Wettbewerbsvorteile müssen am Markt auch umgesetzt, d.h. in Marketing-, Verkaufskonzepte und den Verkaufserfolg überführt werden:

- ▶ Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- ▶ Marketing-Strategie
- ▶ Produkt-, Markt-, Absatzkonzept
- ▶ Online Marketing und neue Medien

Teil 2

Human Resources Management und Führung

Konzepte des 21. Jahrhunderts beinhalten einen entscheidenden Wandel in der Führungsphilosophie: Vom Prinzip «die Geschäftsleitung denkt, die anderen führen aus» hin zu einer zunehmenden Verlagerung der Führungsverantwortung an den Ort des operativen Geschehens. Für viele Führungskräfte bedeutet dies, anders als bisher zu führen. Für ihre Mitarbeiter heisst es, vermehrt Verantwortung und Eigeninitiative übernehmen zu müssen. Der 2. Teil des Lehrgangs beginnt mit den zentralen Fragen des Human Resources Managements und der Führung:

- ▶ Führung im Zeitalter des Wandels
- ▶ Entwicklung zu einer erfolgreichen Führungskraft
- ▶ Richtig kommunizieren
- ▶ Training schwieriger Gesprächssituationen
- ▶ Teams zum Erfolg führen
- ▶ Konfliktmanagement

Führungsmethodik

Führungsinstrumente müssen gekonnt eingesetzt werden:

- ▶ Instrumente der Zielvereinbarung
- ▶ Motivation und Engagement verstärken
- ▶ Leistungen messen
- ▶ Fördern, coachen, Mitarbeiter entwickeln und beurteilen
- ▶ Verhalten ändern, leistungsgerechte Entlohnung

Finanz- und Rechnungswesen

Finanzielle Führung ist mehr, als nur festzustellen, was Ende des Jahres «unter dem Strich» übrig bleibt. Jede Führungskraft beeinflusst mit ihren Entscheidungen finanzwirtschaftliche Grössen wie Cashflow, Rendite, Bilanzsumme, Kosten, Investitionen und Liquidität. Die finanziellen Ergebnisse sind zu planen und entsprechende Aktionsprogramme zu lancieren:

- ▶ Die finanzielle Steuerung
- ▶ Führen mit Kennzahlen
- ▶ Ergebnis-, Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung
- ▶ Planung & Budgetierung, Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnung
- ▶ Methoden der Kostensenkung und Effizienzsteigerung

Controlling

Führungskräfte brauchen Informationen, relevante, richtige und verdichtete. Dies ist die Aufgabe eines modernen Controlling-Systems. Am letzten Tag zeigen wir, wie Sie Ihre Anforderungen an ein Controlling-System formulieren können. Die darin definierten Steuerungsparameter erlauben eine kompakte Zusammenfassung des gesamten Lehrgangs.



Teilnehmerstimmen



«Das Seminar hat meine Erwartungen übertroffen. Ich bin überzeugt, dass das Gelernte jedes Unternehmen positiv beeinflussen kann, sofern es richtig angewendet wird. Ich kann die Teilnahme nur weiterempfehlen!»

«Eine sehr gelungene Veranstaltung mit absolut praktisch verwendbaren Inhalten. Sehr lebendige Wissensvermittlung mit vielen „AHA-Effekten“. Die Referenten konnten sowohl mit fachlichem Know-how als auch mit ihrer authentischen Vortragsweise faszinieren.»

«Dieser Lehrgang ist mit Abstand das Beste, das ich je besucht habe. Sehr praxisorientiert durch die langjährige Erfahrung der Referenten. Begeistert werde ich das Programm weiterempfehlen!»

«General Management – eine hervorragende Mischung aus Theorie und Praxis, welche durch die Kompetenz der Dozenten, gepaart mit einer sehr interessanten Zusammensetzung der Teilnehmer, zu einem hocheffizienten Seminar mit einprägsamen, anwendungsrelevanten Inhalten führt.»

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
87524	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Davos	10. - 13.06.2024
87624	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Davos	11. - 14.11.2024
87724	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Davos	11. - 14.11.2024
87824	1. Teil Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil Davos	11. - 14.11.2024
87924	1. Teil Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
87125	1. Teil St. Gallen	27. - 30.01.2025
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



SGMI  **DIPLOM**
GENERAL MANAGEMENT

Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/gmd01

Junior Management School St. Gallen

12-tägiger Lehrgang in 3 Teilen für jüngere Führungskräfte, Fachkräfte, High Potentials und Ergebnisverantwortliche, die ihr Potenzial entfalten, die Kunst des Managements erlernen bzw. meistern und die Türen zu einer erfolgreichen Karrieren öffnen wollen.

Konzept

Ganzheitliche Management-Kompetenz wird überall dort gefordert, wo Ergebnisverantwortung vorliegt und Resultate gefordert sind. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um die Leitung von einzelnen Organisationseinheiten, eigenverantwortlichen Teams, Profit-Center, Cost Center, Produkt- und Marktbereichen, Businessunits oder Geschäftsfeldern handelt. Allen diesen Führungsaufgaben ist eines gemeinsam: Die verantwortliche Führungskraft übernimmt unternehmerische Gesamtverantwortung und ist «Intrapreneur», Unternehmer im Unternehmen. Die Junior Management School St. Gallen vermittelt dank des ganzheitlichen Management-Ansatzes systematisches Wissen zur Führung eines Verantwortungsbereiches. Sie eignet sich daher zur Weiterentwicklung von bestehendem Wissen genauso wie zur Erweiterung und Vertiefung von Management-Kompetenz. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- ▶ kennen nach diesem Lehrgang den aktuellen Stand des Management-Wissens,
- ▶ verfügen über vertiefte Kenntnisse zu den wichtigsten Themenfeldern aus der unternehmerischen Führung
- ▶ und sind in der Lage, Methoden und Instrumente dazu für ihre eigene Praxistätigkeit einzusetzen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliches Management

Was macht Management zu einer schwierigen Aufgabe? Es ist die Vielzahl der zu steuernden Faktoren, die Unberechenbarkeit der externen Einflüsse, die zum Teil unterschiedlichen Ziele der einzelnen Anspruchsgruppen. Und dennoch: es gibt relativ aussagefähige Kriterien für ein gutes Management. Anhand des integrierten St. Galler Management-Ansatzes werden diese systematisiert dargestellt.

- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Steuerungsfaktoren für nachhaltigen Erfolg im Unternehmen

Strategie und Strukturen

Gute Strategien sind meist klar und einfach, der Weg zu einer einfachen Strategie jedoch komplex. Aus Visionen, Chancen, Marktmöglichkeiten, eigenen Fähigkeiten und Sachzwängen soll der richtige Weg für die Unternehmensentwicklung erarbeitet und formuliert werden. Alle für die Umsetzung wichtigen Leistungs- und Meinungsträger sollen von der Strategie überzeugt sein und ihre Umsetzung unterstützen. Strukturen sind allenfalls so zu verändern, dass sie die Resultaterzielung fördern und nicht behin-

dern. Wie ist dabei vorzugehen, welche Instrumente und Methoden sind wie einzusetzen?

- ▶ Das St. Galler Strategie-Konzept
- ▶ Der Trend Digitalisierung
- ▶ Geschäftsfelder als Planungseinheiten
- ▶ Die Strategischen «Muss-Analysen»
- ▶ Erfolg versprechende Strategieoptionen
- ▶ Methodik der Strategieformulierung
- ▶ Kritische Erfolgsfaktoren aus Kundensicht
- ▶ Wertschöpfungsflüsse und ihre Bedeutung
- ▶ Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Implementierung
- ▶ Strukturansätze

Markterfolg dank Marketing

Im Zentrum eines erfolgversprechenden Marketing-Konzepts steht der vom Kunden wahrgenommene Nutzen einer Marktleistung. Welche Möglichkeiten, den Kundennutzen zu steigern, bestehen? Wie kann dieser Kundennutzen kommuniziert und somit wahrnehmbar werden?

- ▶ Die Gesetzmässigkeiten des Markterfolgs
- ▶ Der St. Galler Marketing-Ansatz
- ▶ Bausteine eines Marketing-Konzeptes
- ▶ Der Einsatz von digitalen Medien und Online Marketing-Massnahmen

Teil 2

Finanzielle Führung und Controlling

Nicht jeder Ergebnisverantwortliche und Leiter einer Organisations- oder Geschäftseinheit kann von sich behaupten, Profi in Sachen Finanz- und Rechnungswesen zu sein. Dennoch ist er für die finanzielle Steuerung mindestens teilweise verantwortlich. Die Verantwortung über Planung, Budgetierung, Sinn oder Unsinn von Investitionen, Outsourcing, Früherkennung von Abweichungen, Abschreibungen auf veralteten Lagerbeständen und vieles mehr ist nicht delegierbar. Bilanzen und Jahresabschlüsse muss man lesen können, auch ohne Spezialist des Finanzwesens zu sein. Kalkulation, Kosten und Deckungsbeitragsrechnung sind unverzichtbare Handwerkzeuge einer jeden Führungskraft. Die Kompetenz in Sachen Controlling muss mindestens soweit gehen, dass die richtigen Fragen zur richtigen Zeit gestellt werden können.

- ▶ Grundlagen der finanziellen Führung
- ▶ Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Financial Reports verstehen und nutzen
- ▶ Kennzahlenanalyse
- ▶ Mittelflussrechnung (Kapitalflussrechnung)
- ▶ Planung und Budgetierung
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- ▶ Controllingsysteme und -methoden



Ergebnissteuerung

Ergebnisverantwortliche müssen die Hebel zur Steuerung des Unternehmensergebnisses kennen und nutzen. Welche Möglichkeiten zur nachhaltigen Optimierung von Gewinn, Cash-flow oder Rendite sind vorhanden? Mit welchen Massnahmen können sie genutzt werden?

- ▶ Gewinn-, Cashflow- oder Renditeziele und -potenziale
- ▶ Hebel zur Ergebnissteuerung
- ▶ Ergebnissteigerungs-Programme
- ▶ Kunden- versus Ergebnisorientierung

Teil 3

Mitarbeiterführung und Leadership

Die Führung von Mitarbeitern und Teams beeinflusst den Wirkungsgrad einer Organisation. Resultate werden schliesslich von Menschen erbracht. Ist Motivation möglich, oder genügt es bereits, Mitarbeiter nicht zu demotivieren? Welchen Stellenwert haben Spielregeln, und welche Spielregeln führen zu überdurchschnittlicher Leistung? Aus welchem «Arsenal» an Führungstechniken muss eine qualifizierte Führungskraft auswählen können, um situativ richtig zu führen?

- ▶ Grundlagen effektiver Führung
- ▶ Die Voraussetzungen für Führungserfolg
- ▶ Sich selbst führen
- ▶ Der Weg zur Führungspersönlichkeit
- ▶ Das Führungsverhalten
- ▶ Soziale Kompetenz
- ▶ Die Instrumente der Mitarbeiterführung
- ▶ Teams zum Erfolg führen
- ▶ Leadership



Teilnehmerstimmen



«Das vernetzte Denken des St. Galler Management Modells wurde durchgehend praktiziert. Die einzelnen Module waren perfekt aufeinander abgestimmt. Den Teilnehmenden wurde keine trockene Theorie präsentiert, sondern sie wurden fortlaufend durch praktische Übungen aktiv am Lernerfolg beteiligt.»

«Geballtes Management-Wissen, das beeindruckt und nachhaltigen Wert für die tägliche Arbeit schafft. Ich kann es kaum erwarten, das Gelernte umzusetzen. Vielen Dank!«

«Ein hervorragend gestaltetes Seminar mit der perfekten Balance zwischen theoretischem Input und praxisnahen Erläuterungen.»

«Tolles Programm – hervorragende Referenten. Ich nehme viel mit für meine persönliche Weiterentwicklung und meine tägliche Arbeit als Führungskraft. Werde es weiterempfehlen.»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
 Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens12

Deutschsprachige Durchführungen (3 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
88524	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Wildhaus	17. - 20.06.2024
	3. Teil Brunnen	01. - 04.07.2024
88624	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Brunnen	01. - 04.07.2024
	3. Teil St. Gallen	19. - 22.08.2024
88724	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Hallwilersee	14. - 17.10.2024
	3. Teil Davos	04. - 07.11.2024
88824	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Davos	04. - 07.11.2024
	3. Teil Horn/St. Gallen	18. - 21.11.2024
88924	1. Teil Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil Wildhaus	20. - 23.01.2025
	3. Teil St. Gallen	24. - 27.03.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Betriebswirtschaft für Führungskräfte

11-tägiger, praxisorientierter Lehrgang in 3 Teilen zu den wesentlichen Themen der Betriebswirtschaft; speziell geeignet für Ingenieure, Techniker, Markt- und Kundenmanager oder Spezialisten und Praktiker, die nach einigen Jahren erfolgreicher Berufstätigkeit das Thema Betriebswirtschaft ganzheitlich und systematisch aufarbeiten wollen.

Konzept

Unternehmerischer Erfolg ist nur selten das Resultat einer Einzelleistung. Meistens braucht es das Zusammenspiel mehrerer Spezialisten aus unterschiedlichen Disziplinen, um – als Team – Resultate zu bewirken. Der Techniker sollte etwas von Marketing verstehen; der Verkäufer sollte die finanziellen Aspekte überblicken, der Produktionsverantwortliche den Kunden verstehen können. Führungskräfte benötigen daher, zusätzlich zu ihrem Spezialistentum, ein ganzheitliches Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge.

Das Konzept des Lehrgangs «Betriebswirtschaft für Führungskräfte» basiert auf diesem Grundgedanken: Funktional ausgerichteten Spezialisten kompaktes betriebswirtschaftliches Gesamtwissen so zu vermitteln, dass das resultatorientierte Wirken in interdisziplinären Teams optimiert werden kann.

Anhand des St. Galler Management-Ansatzes werden zuerst die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensführung dargestellt. Anschliessend lernen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer die wichtigsten Prinzipien des strategischen Managements und des effizienten Funktionierens von Strukturen. Im Teil Marketing Management wird die Welt des Kunden mit den Instrumenten einer kundennutzen- und bedürfnisorientierten Unternehmensführung eingebracht. Wie man trotz des Beharrungsvermögens einer Organisation Veränderungen bewirkt, wird anhand des St. Galler Implementierungsbarometers trainiert. Nach weiteren Tagen zu Controlling und finanzieller Führung, Mitarbeiterführung und persönlichen Führungskompetenz sind die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in der Lage,

- ▶ das Spektrum moderner Betriebswirtschaft zu überblicken,
- ▶ ganzheitliches Wissen über resultatorientierte Unternehmensführung in ihre tägliche Arbeit einfließen zu lassen,
- ▶ Ihr Spezialistentum durch ein übergeordnetes Generalisten-Verständnis zu ergänzen und damit
- ▶ bessere Gesamtergebnisse als Mitglied interdisziplinärer Teams zu erbringen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Gesamtzusammenhänge der Unternehmensführung

Seit den siebziger Jahren ist St. Gallen das Mekka ganzheitlicher Unternehmensführung. Am ersten Seminartag führen wir Sie in die Philosophie und Konzepte dieses Ansatzes ein.

- ▶ Die Gesamtsystematik einer erfolgreichen Unternehmensführung
- ▶ Die Bestandteile eines integrierten Management-Konzeptes
- ▶ Der St. Galler Management-Ansatz

Strategisches Management zur Zukunftssicherung

Die Festlegung einer Strategie ist zwar Sache der obersten Geschäftsleitung. Nicht so jedoch der Prozess der Strategieerarbeitung und die Strategieimplementierung. Hierzu ist die Mitgestaltung vieler Schlüsselmitarbeiter nötig. Kenntnisse über strategisches Management sind dazu unabdingbar.

- ▶ Grundlagen, Philosophie und Methoden des strategischen Managements
- ▶ Strategien erarbeiten, Entscheidungsvorlagen erstellen
- ▶ Strategien implementieren
- ▶ Strukturen überprüfen und optimieren

Implementierung

Permanenter Wandel gehört zur Unternehmensführung. Die meisten Menschen halten sich jedoch an Bewährtes und scheuen den Wandel. Wie ist vorzugehen, um nötigen Wandel zu bewirken?

- ▶ Die Auslöser von Wandel
- ▶ Typische Barrieren und Widerstand
- ▶ Change Management: Wie vorgehen, um nötigen Wandel zu bewirken?

Marketing Management

Im Zentrum des Marketing Managements steht das Bemühen, einer ausgewählten Zielgruppe Marktleistungen mit hohem Kundennutzen zu einem akzeptierten Preis mit richtigem Marktbearbeitungskonzept zu verkaufen. Eine aus Kundensicht spürbare Differenzierung und Einzigartigkeit soll dafür sorgen, dass Austauschbarkeit und ein reines Verkaufen über den Preis vermieden werden können.

- ▶ Die Bestandteile eines Marketing-Konzeptes
- ▶ Kundenorientierung, Kundennutzen, Differenzierung
- ▶ Dank Marketing und Verkauf zum Markterfolg
- ▶ Steigerung der Kundennähe durch Online Marketing

Teil 2

Controlling für Manager

Dieser Seminarteil behandelt die wichtigsten Controlling-Themen (Grundlagen, Instrumente und Methoden) mit Fokus auf die Vermittlung der Gesamtzusammenhänge zur Absicherung des Unternehmens-, Abteilungs-, Profit Center- oder Projekterfolgs.

- ▶ Controlling als Problemlösungsansatz und Erfolgsfaktor für Unternehmen
- ▶ Controlling im Sinne der finanziellen Unternehmensführung
- ▶ Betriebliches Rechnungswesen
- ▶ Reporting
- ▶ Strategisches und wertorientiertes Controlling
- ▶ Gewinnmanagement

Teil 3

Mitarbeiterführung

Wer Menschen führt, hat eine besondere Verantwortung für Arbeitsleistung und Arbeitszufriedenheit.

- ▶ Grundlagen der Motivations- und Führungslehre
- ▶ Erkenntnisse zum optimalen Führungsstil
- ▶ Die Rolle einer Führungskraft

Persönliche Führungskompetenz

Führungskräfte mit hoher sozialer und emotionaler Kompetenz schaffen Begeisterung für Engagement und Leistung, vermeiden unnötiges Demotivieren und können ihre eigenen Ideen und Vorstellungen besser durchsetzen:

- ▶ Die Wirkung von sozialer und emotionaler Kompetenz
- ▶ Erkennen und Verbessern der eigenen Führungskompetenz
- ▶ Die Rolle als Kommunikator
- ▶ 10 Principles of Leadership and Life



Seminar­daten (4 + 4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
94324	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Wildhaus	03. - 06.06.2024
	3. Teil Brunnen	24. - 26.06.2024
94424	1. Teil Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Brunnen	24. - 26.06.2024
	3. Teil Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
94524	1. Teil Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
	3. Teil Hallwilersee	25. - 27.11.2024
94624	1. Teil Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
	3. Teil Hallwilersee	25. - 27.11.2024
94724	1. Teil Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
	3. Teil Brunnen	23. - 25.06.2025

Seminargebühr*: CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Sehr gutes Seminar, dessen Inhalte sofort in der Praxis angewendet werden können. Einfacher und verständlicher Aufbau. Auf jeden Fall weiterzuempfehlen.»

«Ich war sehr gespannt, was mich erwartet. Alle meine Erwartungen wurden übertroffen.»

«Komprimiertes, hochkarätiges Programm: wertvolle Grundlageninformationen, hilfreiche Tools, griffige Anregungen sowie viele Impulse für den Berufsalltag mit nachhaltiger Wirkung.»

«Sehr gut – ein roter Faden zieht sich durch das gesamte Programm! Das St. Galler Management-Modell gibt mir die Transparenz, um Zusammenhänge im eigenen Unternehmen besser zu verstehen.»

«Das Seminar war super. Sehr viel Input und viele <Werkzeuge>. Inhalte und Referenten die <gefesselt> haben. Klasse!»

«Dieses Seminarprogramm hat mir in vielerlei Art und Weise die Augen geöffnet, neue Denkweisen aufgezeigt und alte Denkmuster aufgebrochen.»

«Mit Abstand das beste Seminar. Authentisch, inhaltsreich und kurzweilig. Vielen Dank!»

Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben

Das Seminar «Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben» ist das ideale Förderprogramm für etwa 28- bis 40-Jährige, die zunehmend in Führungsverantwortung hineinwachsen, eine neue Führungsaufgabe übernommen haben oder übernehmen werden.

Konzept

Wer mit neuen Führungsaufgaben betraut wird, genießt besonderes Vertrauen. Mit Vorschusslorbeeren ausgestattet, startet sie/er mit viel Schwung in die neue Tätigkeit. Ein gewisser Erwartungsdruck ist allerdings meist unvermeidbar. Vorgesetzte beobachten mit Argusaugen, ob ihre Erwartungen erfüllt werden. Mitarbeiter diskutieren darüber, ob jetzt alles anders werden oder beim Alten bleiben wird. Kollegen aus anderen Abteilungen tasten «den Neuen» vorsichtig ab, um die Möglichkeiten der zukünftigen Zusammenarbeit auszuloten. Der mit den neuen Führungsaufgaben Beauftragte spürt selbst auch, in einer besonderen Situation zu sein. Er braucht Resultate und Akzeptanz. Der erste Seminarteil beschäftigt sich mit dem Thema «Resultate erzielen». Der zweite Seminarteil behandelt das Thema «Akzeptanz» als Führungskraft.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Resultate erbringen

Den Überblick gewinnen

Von neuen Leistungsträgern wird vor allem eines erwartet: Resultate. Das Seminar zeigt, wie eine Führungssituation ganzheitlich analysiert und der strategische Handlungsbedarf für Massnahmen erkannt wird.

Stimmen Strategie und Struktur?

Anhand zahlreicher Praxisbeispiele wird dargelegt, wie die aktuelle Strategie und bestehende Konzepte erfasst, bewertet und allenfalls umgestellt werden können. Die Überprüfung der Organisationsstruktur im Hinblick auf Kundennähe, Kosten, Flexibilität und Führbarkeit gehört ebenfalls zu den Aufgaben einer Führungskraft.

Wo liegen Ergebnisverbesserungspotenziale brach?

Anhand einer bewährten, mit zahlreichen Arbeitsinstrumenten ausgestatteten Methodik wird das Aufspüren und Nutzen von Ergebnisverbesserungspotenzialen und strategischen Optionen erlernt und trainiert.

Greifen Marketing und Verkauf?

Image, Corporate Identity, Marktsegmentierung und eigene Positionierung müssen erfasst, die Qualität der Marktbearbeitung und der Wirkungsgrad des Verkaufs bewertet werden. Zudem gebührt den Entwicklungen im Online Marketing und in den digitalen Verkaufskanälen grösste Aufmerksamkeit.

Teil 2: Akzeptanz erreichen

Führungsstil, Betriebsklima und Kultur bisher

Die neue Führungskraft bringt ihre eigene Führungspersönlichkeit mit ein. Vielleicht verträgt sich diese sehr gut mit den bisher gelebten Werten und Normen der Mitarbeiterschaft, vielleicht auch nicht. Wie ist dabei vorzugehen?

Aus Mitarbeitern ein Team formen

Wer Erfolg sucht, muss sich auf seine Mitarbeiter verlassen können. Rasch muss ein Team mit Leistungsträgern geformt werden, die im Sinne von Schlüsselmitarbeitern die Ziele mittragen und engagiert erreichen helfen.

Schwierige Führungssituationen meistern

Gerade nach der Übernahme einer neuen Führungsaufgabe fallen in der Regel eine Vielzahl von schwierigen Führungssituationen an. Wie solche Situationen angepackt werden, wird im Seminar gezeigt und trainiert.

Die Instrumente effizienter Führung

Führungsinstrumente und Führungsmethoden sind das Handwerkzeug einer Führungskraft. Sie müssen gekannt und richtig dosiert eingesetzt werden.

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
89424	1. Teil	Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil	Brunnen	01. - 04.07.2024
89524	1. Teil	Brunnen	22. - 25.04.2024
	2. Teil	Brunnen	09. - 12.09.2024
89624	1. Teil	Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil	Hallwilersee	14. - 17.10.2024
89724	1. Teil	Davos	02. - 05.09.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	18. - 21.11.2024
89824	1. Teil	Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	18. - 21.11.2024
89924	1. Teil	Hallwilersee	04. - 07.11.2024
	2. Teil	Hallwilersee	20. - 23.01.2025
89125	1. Teil	St. Gallen	27. - 30.01.2025
	2. Teil	St. Gallen	24. - 27.03.2025

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Dieses 4-tägige Intensiv-Seminar fokussiert in einer einzigartigen Art und Weise auf den Auf- und Ausbau zweier sehr unterschiedlicher Management-Kompetenzen: Controlling und Mitarbeiterführung. Es verbindet damit die Welt der ‚harten‘ Finanz- und Kennzahlendaten mit den ‚weichen‘ Faktoren eines mitarbeiterorientierten Leadership-Ansatzes. Ganz im Sinne des integrierten St. Galler Management-Konzepts.

Konzept

Unternehmerischer Erfolg baut auf dem Fundament einer klaren strategischen Ausrichtung nach aussen verbunden mit einer stringenten und effizienten Umsetzung nach innen. Strategien, Marktpositionen, Produktziele und neue innovative Geschäftsmodelle nehmen dabei die externe Sicht auf Märkte, Kundenverhalten, technologische Entwicklungen und Trends in Politik und Umwelt ein. Sobald diese strategischen Initiativen definiert sind, beginnt die Umsetzungsarbeit mit der Sicht nach innen. Dieses 4-tägige Seminar setzt genau an dieser Stelle an und durchleuchtet die wesentlichen Management-Aufgaben, die im operativen Tagesgeschäft anfallen.

Auf der einen Seite zielt das Seminar darauf hin, dass die Teilnehmenden die wichtigsten Steuerungsgrössen aus Finanzen und Controlling verstehen, richtig interpretieren und sinnvoll einsetzen können. Im Fokus steht dabei das Verständnis der Gesamtzusammenhänge von Finanzkennzahlen, Controlling-Reports und Planungsinstrumenten. Auf der anderen Seite verbindet das Seminar dieses Wissen mit der Kompetenz, Mitarbeiter so zu führen, dass die bestmöglichen Voraussetzungen geschaffen werden können, um gemeinsam Ziele umzusetzen und zu erreichen.

Im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtungsweise verfolgt dieses Seminar somit das Ziel, diese beiden Führungsaufgaben nicht voneinander zu trennen, sondern deren Gemeinsamkeiten aufzuspüren und gewinnbringend zu nutzen.

Themenschwerpunkte

Die Verbindung des strategischen Managements mit dem operativen Management

- ▶ Einordnung der Finanz- und Führungskompetenz im Rahmen des ganzheitlichen Management-Modells aus St. Gallen
- ▶ Die strategischen Zielvorgaben für das Controlling und die Mitarbeiterführung
- ▶ Implikationen auf die operative Steuerung und auf das Führungsverhalten

Controlling als Regelsystem

- ▶ Steuern, lenken, regeln: Controlling als Führungsinstrument verstehen
- ▶ Die Essenz aus Bilanz und Erfolgsrechnung (GuV)
- ▶ Kennzahlen verstehen und interpretieren
- ▶ Die Steuerung von Zielwerten über Kennzahlensysteme

Instrumente der finanziellen Steuerung und Planung

- ▶ Deckungsbeitragsrechnungen als Basis für Sortimentsentscheidungen und Preiskalkulationen
- ▶ Planung & Budgetierung als verbindendes Instrument zwischen Strategie und operativer Umsetzung
- ▶ Der Einsatz von Business Plänen
- ▶ Trends in der Budgetierung
- ▶ Investitions-, Projekt- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

Führungsverhalten

- ▶ Persönliche Stärken in der Führung einsetzen und nutzen
- ▶ Das eigene Leadership-Verhalten
- ▶ Gibt es einen ‚idealen‘ Führungsstil?
- ▶ Eigene Ideen mit Überzeugung, Akzeptanz und sozialer Kompetenz durchsetzen
- ▶ Erhöhung der Führungseffektivität

Führungsmethodik

- ▶ Mitarbeiter motivieren und mobilisieren
- ▶ Kommunikation als wichtiger Bestandteil der Führungsarbeit
- ▶ Teams führen
- ▶ Der Umgang mit Konflikten
- ▶ Mitarbeiter entwickeln, beurteilen und coachen

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
10224	Davos	10. - 13.06.2024
10324	Davos	11. - 14.11.2024
10125	Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
10225	Wildhaus	23. - 26.06.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Kompaktes 4-Wochen-Programm für Führungskräfte und Spezialisten aus dem mittleren Management sowie für High Potentials aus allen Bereichen, die sich mit St. Galler Management-Wissen eine Gesamtperspektive zur erfolgreichen Unternehmensführung verschaffen wollen. Durchgeführt in unserem Studiencampus in St. Gallen, mit klarer Struktur, der St. Galler Systematik und vielen Instrumenten für die Umsetzung in der eigenen beruflichen Praxis.

Konzept

Die Übernahme von Verantwortung im eigenen Unternehmensbereich setzt ein ganzheitliches Management-Wissen voraus. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Fähigkeiten wird die Kompetenz benötigt, betriebliche Gesamtzusammenhänge im Rahmen von Ursache-Wirkungs-Mechanismen zu verstehen und die Effekte des eigenen Handelns zu antizipieren. Anlehnend an das St. Galler Management-Modell werden in diesem kompakten Sommer-Programm moderne Management-Methoden und Instrumente entlang der Themen Strategie, Marketing, Finanzen und Mitarbeiterführung praxisnah und anwendungsorientiert vermittelt.

Themenschwerpunkte

Teil 1: General Management und Strategie

Verantwortungsvolle Management-Arbeit beginnt mit der Übersicht über das grosse Ganze. Nur wer die Wirkungsprinzipien von übergeordneten Entscheidungen in die einzelnen Management-Bereichen versteht, kann auch die Potenziale und Auswirkungen vom eigenen Handeln abschätzen und sie für den Unternehmenserfolg nutzbar machen.

- ▶ Das ganzheitliche St. Galler Management-Modell
- ▶ Ursache-Wirkungs-Beziehungen für unternehmerischen Erfolg
- ▶ Grundlagen, Philosophie und Methoden des strategischen Managements
- ▶ Entwicklung und Formulierung von Erfolg versprechenden Strategien
- ▶ Umsetzung der strategischen Initiativen in konkrete Umsetzungsprogramme

Teil 2: Marketing Management

Im Zuge der neuesten technologischen Möglichkeiten und der damit verbundenen digitalen Lösungsangebote unterliegt das Marketing einem steten Wandel. Das Ausloten und Nutzen der Potenziale, die sich aus der Kombination von klassischen Marketing-Instrumenten mit digitalen Kommunikationskanälen ergeben, steht im Fokus dieses Seminarmoduls.

- ▶ Märkte analysieren, Kunden kennen und verstehen
- ▶ Marketing-Strategien erarbeiten und umsetzen
- ▶ Markt-, Produkt- und Verkaufskonzept
- ▶ Die Möglichkeiten des New Marketings und des digitalen Vertriebs
- ▶ Multi-Channel und Omni-Channel Marketing

Teil 3: Finanzielle Steuerung und Controlling

Controlling stellt keine Black-Box dar, in welche man Zahlen hineinwirft und Resultate dabei herausfallen. Auch die finanzielle Steuerung folgt logischen und klaren Gesetzmässigkeiten, die unabdingbare Voraussetzung für eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Steuerung und Begleitung des Systems 'Unternehmen' darstellen. Das Ziel dieses Moduls liegt darin, diese Gesamtzusammenhänge zu verstehen und für die eigene Praxis anwendbar zu machen.

- ▶ Die Logik und die Bausteine des Finanz-Controllings
- ▶ Bilanzen lesen und analysieren
- ▶ Stellgrössen wie Cash Flow, EBIT, ROI, ROS u.a. beurteilen
- ▶ Proaktives Controlling durch Planung und Budgetierung
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Teil 4: Leadership und Mitarbeiterführung

In diesem Seminarmodul lernen die Teilnehmenden, ihren eigenen Führungsstil zu analysieren, ihre Leadership-Rolle verantwortungsbewusst wahrzunehmen, Kommunikation als Führungsinstrument aktiv zu nutzen, Mitarbeiter zu motivieren und ein leistungssteigerndes Führungsverhalten zu trainieren, insbesondere auch in schwierigen Situationen der alltäglichen Führungsarbeit.

- ▶ Prinzipien für Führungserfolg
- ▶ Das eigene Führungsverhalten analysieren
- ▶ Die Rolle als Führungskraft
- ▶ Kommunikation und Motivation als Instrumente der Führung
- ▶ Der Umgang mit anspruchsvollen Führungssituationen

Seminarerdaten (4 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
15124	1. Teil	St. Gallen
	2. Teil	St. Gallen
	3. Teil	St. Gallen
	4. Teil	St. Gallen

Seminargebühr*: CHF 13 000.- (zzgl. 8.1% MWST)

Jeder Seminarteil ist auch einzeln buchbar.

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Leadership, Mitarbeiterführung

- 34 | Executive Leadership Programm
- 36 | Advanced Leadership
- 37 | Ganzheitliches Change Management
- 38 | Excellence in Leadership
- 40 | St. Galler Führungs-Seminar
- 42 | St. Galler Führungstraining
- 44 | Mobilizing People
- 45 | Führung & Persönlichkeit
- 46 | Authentische und motivierende Führung



Executive Leadership Programm

Achttägiges Seminar in zwei Teilen für Executive Führungskräfte, insbesondere

- ▶ oberste und obere Führungskräfte und Spezialisten, die Management-Verantwortung tragen und mit Hilfe von Mitarbeitern und Teams überdurchschnittliche Resultate erzielen und ihren Wirkungsgrad als Chef und Coach optimieren wollen.
- ▶ Ergebnisverantwortliche Führungskräfte, deren Funktion ein hohes Mass an Entscheidungsstärke und Umsetzungsfähigkeit erfordert.

Konzept

In gut geführten Unternehmen sind die Weichen in Richtung Erfolg gestellt: Die Ertragskraft liegt über dem Branchendurchschnitt, strategische Investitionen ermöglichen rechtzeitiges Besetzen attraktiver Zukunftsfelder, man lebt in einer permanenten Aufbruchstimmung und arbeitet mit Engagement und Begeisterung an gemeinsamen Zielen und Projekten. Nicht Machtkämpfe, Intrigen oder Absicherungstaktiken stehen im Vordergrund, sondern der «winning spirit», der Wunsch, gemeinsam Überdurchschnittliches zu leisten. Die Fähigkeit, Visionen in konkrete Konzepte zu überführen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für deren Umsetzung zu begeistern, ist das zentrale Anliegen des Leadership-Ansatzes.

Umfassende Leadership-Qualitäten sind notwendige Voraussetzungen, um als Führungskraft erfolgreich zu sein. In zweimal vier Tagen werden folgende Programmschwerpunkte behandelt:

- ▶ Was sind die Grundlagen und Methoden eines integrierten Leadership-Konzeptes?
- ▶ Welche Kernkompetenzen und Voraussetzungen für effektives Leadership gibt es?
- ▶ Wo liegen persönliche Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten als Führungskraft?
- ▶ Welche kommunikativen und sozialen Fähigkeiten zeichnen Leader aus?
- ▶ Welche Führungsinstrumente unterstützen die Leadership-Qualität?

Themenschwerpunkte

Teil 1

Integriertes Leadership-Konzept

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?

- ▶ St. Galler Konzept des integrierten Managements
- ▶ Sich selbst als Führungskraft definieren
- ▶ Leadership als Rollenverständnis
- ▶ Gesetzmässigkeiten und Grundlagen effektiver Führung
- ▶ Neue Führungsansätze: Virtuelle Führung und Generation Y, Z, etc.

Kommunikation als Kernkompetenz

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

Das Führungsverhalten des Leaders

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 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

Inhaltsschwerpunkte des zweiten Teils des Executive Leadership Programms sind Rolle und Instrumente der Führungskraft bei Change Management und Implementierung.

Change Management: 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 Veränderungsmanagement; 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 Handwerkzeug effektiver Führung?

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

Change Leadership und Führungsverhalten

- ▶ Der Umgang mit Widerständen und schwierigen Führungssituationen
- ▶ Das Zusammenspiel zwischen Motivation, Kommunikation und Anreizsystemen
- ▶ Unterschiedliche Führungssituationen erfordern unterschiedliches Führungsverhalten
- ▶ Kommunikative Kompetenz als zentrale Voraussetzung
- ▶ Das eigene Verhalten in kritischen Situationen



Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache. Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens10

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
52324	1. Teil Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil Eich	16. - 19.09.2024
52424	1. Teil Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil Eich	16. - 19.09.2024
52524	1. Teil Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
52624	1. Teil St. Gallen	07. - 10.10.2024
	2. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
52724	1. Teil Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
52824	1. Teil Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil Luzern	07. - 10.04.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Eines meiner besten Seminare. Ich habe selten die Zeit so sinnvoll investiert wie in diesen Tagen. Danke!»

«Erstklassiger Lehrgang mit Referenten, die mit ausgezeichnetem Fachwissen, Einfühlvermögen und pädagogisch-didaktischem Geschick die Teilnehmer in ihren Bann ziehen.»

«Bislang das beste Seminar, das ich besucht habe.»

«Wissensvermittlung in unerreicht kompakter aber ungewohnter Form! Ich habe sehr viel gelernt und kann es direkt in meine Führungsarbeit übertragen. Ein professionelles Seminar, das ich weiterempfehlen werde. Danke!»

«Das Seminar war ausgezeichnet, gehaltvoll und voll mit Anregungen und Vorschlägen, die eigene Leadership-Kompetenz zu optimieren. Die Dozenten waren allesamt «First Class», haben die Teilnehmer im richtigen Mass involviert. Die Mischung aus Cases, Theorie und «Spas am Lernen» war perfekt.»

«Ich bin beeindruckt! Mein bestes Seminar. Alle Referenten waren mitreissend, lebendig und äusserst offen. Vielen Dank!»



4-tägiges Intensiv-Seminar auf Executive-Stufe, speziell konzipiert für erfahrene Führungskräfte, die das praxisrelevante Wissen rund um das Thema Leadership kompakt und fokussiert auffrischen und vertiefen möchten.

Konzept

Führen ist nicht einfach. Wer das Gegenteil behauptet, ist sich der Komplexität eines Unternehmens nicht bewusst. Wo die Ausgangslage diffus ist, Informationen als Entscheidungsgrundlage teilweise fehlen und Veränderungen im Tagesrhythmus geschehen, gleicht gutes und richtiges Führen einem Eiertanz. Wo die Ziele zwar gesetzt, die Strategie zur Zielerreichung jedoch immer kurzfristiger und volatiler wird, nähert sich strategiekonforme Führung immer mehr einem permanenten Finetuning mit laufender Kurskorrektur an. Wie Führungskräfte mit diesen Herausforderungen umgehen können, ist das Ziel dieses Seminars. Dabei stehen Themen wie ganzheitliches Leadership-Management, effektives Führungsverhalten, Motivation und Kommunikation im Zentrum des Seminars. Durch praxisnahe Beispiele, Diskussionen und Gespräche erleben die Teilnehmer einen regen Erfahrungsaustausch im Netzwerk von erfahrenen Führungskräften aus ganz unterschiedlichen Branchen.

Themenschwerpunkte

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 Ausföhrung wichtiger als Führung? Muss Führung nicht auch nach klaren handwerklichen Regeln erfolgen?

Das Idealbild einer Führungskraft

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

Die eigenen Stärken nutzen

Der erfolgfookussierte 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.

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.

Das Führungsverhalten des Leaders

Glaubwürdigkeit und Authentizität ist das eine. Die erlebte 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.

Motivation

Die Ausgangslage in der Motivationsarbeit bildet der Abgleich zwischen dem Wertesystem des Unternehmens und seiner Führungsmannschaft mit dem persönlichen Wertesystem der Mitarbeiter. Anschliessend gilt es, die Gesetze der Motivationslehre kennenzulernen und anwenden zu können. Dazu gehören die Techniken zur Energiegewinnung und zum Empowerment. Schliesslich soll aber auch der Bedeutung der Intuition genügend Rechnung getragen 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 föhren zu falschen Aktionen, zu Missverständnissen, zu Konflikten. Gute und richtige Kommunikation ist für eine motivierende Führung unerlässlich. Insbesondere auch in schwierigen Situationen.

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
86324	Luzern	03. - 06.06.2024
86424	Brunnen	19. - 22.08.2024
86524	St. Gallen	07. - 10.10.2024
86624	Luzern	25. - 28.11.2024
86125	Luzern	27. - 30.01.2025

Seminargebühr*: CHF 5500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf14

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

2-teiliger Lehrgang zur Methodik und den wichtigsten Inhalten eines gekonnten Management des Wandels.

Konzept

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 2-teiligen Programm vermitteln wir Methodik und Inhalte eines gekonnten Management des Wandels.

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. Ganzheitliches Change Management bedeutet 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: Change Management

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 Implementierungsbarrieren in der Praxis

Mit Leadership zum Veränderungserfolg

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

- ▶ Phasenmodell für erfolgreiches Veränderungsmanagement
- ▶ 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
- ▶ Implementierungs-Konzept

Instrumente wirkungsvoller Führung

- ▶ Organisation des Wissens, richtig delegieren
- ▶ Zeit- und Priority-Management
- ▶ Change Leadership

Teil 2: Führungspersönlichkeit

Erfolgreich Führen

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

Sozialkompetenz

- ▶ Selbst- und Fremdfeedback
- ▶ Sozialkompetenz als Voraussetzung für ein erfolgreiches Change Management
- ▶ Das eigene Verhalten in schwierigen Führungssituationen

Motivation in Zeiten der Unsicherheit

- ▶ Motivationslehre
- ▶ Hindernisse und Barrieren erkennen und überwinden

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
57324	1. Teil Eich	16. - 19.09.2024
	2. Teil Brunnen	23. - 25.10.2024
57424	1. Teil Luzern	02. - 05.12.2024
	2. Teil Wildhaus	26. - 28.02.2025
57125	1. Teil Luzern	07. - 10.04.2025
	2. Teil Eich	21. - 23.05.2025
57225	1. Teil Luzern	07. - 10.04.2025
	2. Teil Brunnen	22. - 24.10.2025

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



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 und Rhetorik – 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 Mitarbeitenden 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. Inklusive 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 Hiobs-botschaft. 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.



Seminarerdaten (4 + 3 Tage)			
Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML3304	1. Teil	Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil	St. Gallen	23. - 25.09.2024
ML3334	1. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil	St. Gallen	23. - 25.09.2024
ML3344	1. Teil	Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil	St. Gallen	17. - 19.03.2025
ML3315	1. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
	2. Teil	St. Gallen	17. - 19.03.2025
ML3325	1. Teil	Davos	17. - 20.03.2025
	2. Teil	Hallwilersee	08. - 10.09.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls33

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Ich kann das Seminar uneingeschränkt empfehlen. Es bietet eine hervorragende Gelegenheit, seine Führungs- und Managementkenntnisse zu verbessern, sich mit anderen Teilnehmern auszutauschen und Impulse für die eigene Entwicklung mitzunehmen. Vielen Dank an das gesamt Team für diese wertvolle Erfahrung.»

«Hervorragendes Seminar, welches Theorie und Praxis für den Alltag vermittelte und sehr gut umsetzbar macht. Herzlichen Dank.»

«Viele Gedanken happen und Impulse für verbessertes Leadership.»

«Es war ein tolles Seminar, in welchem es den Dozenten gelungen ist, mich zum Denken und Reflektieren anzuregen. Vielen Dank dafür!»

«Für mich das erste Seminar dieser Art und die Erkenntnis, dass ich es schon viel früher hätte machen sollen. Ich nehme viele Impulse mit und freue mich auf die Umsetzung.»

«Hervorragendes Seminar! Ich habe weitreichende Erkenntnisse gewonnen, die ich sofort umsetzen konnte.»

«Das Seminar hat mir in meiner beruflichen Situation extrem gut geholfen. Die wertvollen theoretischen Inhalte sind verpackt in tolle Praxisbeispiele und sehr guten Präsentationsskills der Referenten.»

St. Galler Führungs-Seminar

Grundlagenseminar für jüngere Führungskräfte, Spezialisten, Nachwuchskräfte aus allen Bereichen. Besonders geeignet als Förderprogramm für all jene, die erst wenig oder noch keine Führungserfahrungen mitbringen, in Zukunft jedoch vermehrt Mitarbeiter und Teams erfolgreich führen wollen.

Konzept

Immer dann, wenn Resultate nicht mehr durch Fleiss und Wirken einer/eines Einzelnen geschaffen werden können, wenn es also andere braucht, um Ziele zu erreichen, beginnt Führung. Wer Mitarbeiter motiviert auf gemeinsame Ziele ausrichten will, wer den Wirkungsgrad der eigenen Leistung multiplizieren will, braucht Führungskompetenz.

Ziele dieses Seminars sind:

- ▶ die wesentlichen Grundlagen und Zusammenhänge einer resultat- und mitarbeiterorientierten Führung aufzuzeigen;
- ▶ die Instrumente und Methoden der Führung kennenzulernen und in ihrer effektiven Anwendung zu üben;
- ▶ die Bedeutung der sozialen Kompetenz zu erkennen und das eigene Verhalten in Gruppen- und Führungsprozessen zu hinterfragen.

Themenschwerpunkte

Grundlagen effektiver Führung

- ▶ Führungsqualität als Basis für berufliches Weiterkommen
- ▶ Führungsfähigkeiten als notwendige Voraussetzung zur Resultaterzielung
- ▶ Führungssituationen, Rolle einer Führungskraft

Psychologische Erkenntnisse

- ▶ Das menschliche Verhalten besser verstehen
- ▶ Der Versuch, dank Typologien das Verhaltensmuster von Mitarbeitern, Kollegen und Chefs besser zu verstehen
- ▶ Situative Führung unter Berücksichtigung psychologischer Erkenntnisse

Der Weg zur Führungspersönlichkeit

- ▶ Welche Merkmale Leader auszeichnen
- ▶ Was machen Führungspersönlichkeiten anders?
- ▶ Fähigkeiten für umfassende Führungskompetenz
- ▶ Werte orientierte Führung

Soziale Kompetenz

- ▶ Soziale Kompetenz als Voraussetzung einer wirkungsvollen Führung
- ▶ Elemente der Sozialkompetenz
- ▶ Selbstanalyse und Drittbeurteilung
- ▶ Techniken zur Entwicklung und zum Ausbau der sozialen und emotionalen Intelligenz

Die effektive Führungskraft

- ▶ Harmonie zwischen Führungsaufgabe und eigener Persönlichkeitsstruktur
- ▶ Gleichgewicht zwischen beruflichen und privaten Zielen
- ▶ Eigene Potentiale als Führungskraft entwickeln
- ▶ Den persönlichen Wirkungsgrad steigern
- ▶ Auf andere wirken, überzeugen, sich durchsetzen
- ▶ Für Mitarbeiter da sein, Vorbild sein
- ▶ Akzeptanz, Vertrauen und Loyalität der Mitarbeiter gewinnen, für gemeinsame Ziele begeistern

Sich selbst führen

Führung beginnt bei der eigenen Person:

- ▶ Die eigene Arbeitstechnik finden
- ▶ Prioritäten erkennen und setzen, Zeitmanagement
- ▶ Innere Blockaden und Barrieren überwinden
- ▶ Problemlösung in komplexen Entscheidungssituationen
- ▶ Bereit sein, zu delegieren und andere brillieren zu lassen

Die Voraussetzungen für Führungserfolg

- ▶ Führungskultur und Führungsklima
- ▶ Die Bedeutung von Vertrauen und Offenheit
- ▶ Die Führungsphilosophie
- ▶ Handlungsspielräume und Selbstorganisation
- ▶ Spielregeln und Leitplanken
- ▶ Belohnungs- und Sanktionsverhalten
- ▶ Der Umgang mit Wissen und Lerneffekten

Das Führungsverhalten

Wer führt, trägt Verantwortung:

- ▶ Führungsverhalten in unterschiedlichen Situationen
- ▶ Stärken und Schwächen

Die Entwicklung eines persönlichen Führungsstils

- ▶ Alternative Führungsstile
- ▶ Warum ein Führungsstil alleine nicht genügt
- ▶ Wo kooperativ geführt werden muss
- ▶ Wann zuviel Führung schädlich ist
- ▶ In welchen Situationen autoritär durchgegriffen werden muss
- ▶ Situative Führung in der Praxis

Gesetze der Gruppendynamik anwenden

- ▶ Führungsprinzipien und ihre Wirkung
- ▶ Die Gesetze der Gruppendynamik
- ▶ Gruppendynamische Erkenntnisse bei Mitarbeiter- und Teamführung einsetzen

Teams zum Erfolg führen

Wie werden Teams zu Spitzenleistungen geführt?

- ▶ Kreation eines «winning spirit»
- ▶ Soll-Ausprägungen einer erfolgsorientierten Teamkultur
- ▶ Hierarchie oder jenseits der Hierarchie?
- ▶ Virtuelle Führung: Teamführung bei räumlicher Distanz

Lösungsorientierte Gesprächsführung

- ▶ Kommunikation als Führungsaufgabe
- ▶ Meinungsverschiedenheiten offen austragen
- ▶ Rhetorik und Verhandlungstechnik als Erfolgsfaktor
- ▶ Konflikte, die systembedingt sind, lösen oder akzeptieren
- ▶ Konflikte, die «hausgemacht» sind, thematisieren
- ▶ Techniken einer lösungsorientierten Gesprächsführung

Leadership

- ▶ Die Entwicklung von der Führungskraft zum Leader
- ▶ Das persönliche Leadershipverhalten
- ▶ Trends im modernen Leadership
- ▶ Umgang mit neuen Führungsansätzen



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/50

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens11

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
75324	St. Gallen	22. - 25.04.2024
75424	Brunnen	01. - 04.07.2024
75524	Brunnen	09. - 12.09.2024
75624	Hallwilersee	14. - 17.10.2024
75724	Horn/St. Gallen	18. - 21.11.2024
75125	Hallwilersee	20. - 23.01.2025
75225	St. Gallen	24. - 27.03.2025
75325	Brunnen	12. - 15.05.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Meine Erwartungen wurden voll erfüllt. Bisher das stärkste Seminar zum Thema Führung. Hervorragende Mischung aus Theorie und Praxisbezug mit vielen Beispielen und guten Fallstudien.»

«Dieses Führungs-Seminar hat meine Erwartungen deutlich übertroffen. Es war inhaltlich auf sehr hohem Niveau. Durch den starken Praxisbezug und die vielen Übungen erhielt ich viele Inputs für meinen praktischen Berufs- und Führungsalltag.»

«Es gibt sehr viele Führungs-Seminare, aber sehr wenig gute. Dieses Seminar war bisher das Beste, weil es auf den Punkt bringt, welche persönlichen Potentiale jeder hat.»

«Das SGMI hat mich als Teilnehmer begeistert. Meine Erwartungen wurden mehr als übertroffen und ich gehe mit einem vollen Toolset und v.a. mit viel Reflektion & Sensibilität für das Thema Führung nach Hause.»

«Inhaltlich und rhetorisch das beste Seminar, das ich je besucht habe!»

«Ein tolles Seminar, das so manches Grübeln aber auch viele Erkenntnisse brachte. Ein sehr kurzweiliges Seminar, das Lust auf mehr macht. Herzlichen Dank.»

«Bisher das beste Seminar, das ich besucht habe. Jede Führungskraft sollte ein solches Seminar erlebt haben! Vielen Dank für den tollen Input!»

St. Galler Führungstraining

Führungslehrgang in zwei Teilen für Führungskräfte, Abteilungs- und Teamleiter sowie Nachwuchsmanager, die ihre Führungsfähigkeiten hinterfragen und optimieren wollen oder kompaktes Wissen zu Mitarbeiter- und Teamführung erlernen und trainieren wollen.

Konzept

Was unterscheidet einen durchschnittlichen Manager von einer Führungskraft? Neben harten Faktoren wie Fachwissen, analytischem Denkvermögen und konzeptioneller Stärke sind es vor allem Persönlichkeitsmerkmale und Führungsfähigkeiten, die unter dem Begriff der «sozialen und emotionalen Kompetenz» zusammengefasst werden können. Neueste empirische Studien zeigen, dass diese weichen Faktoren tatsächlich Kennzeichen erfolgreicher Führungskräfte sind. Wer Karriere machen will, braucht anderes Rüstzeug als nur Fachwissen: Mut, Optimismus, Visionskraft, Ausstrahlung und Charisma, Überzeugungs-fähigkeit, aber auch Entscheidungsstärke, die Fähigkeit, die richtigen Prioritäten zu setzen, und den Willen, Ziele zu setzen und Resultate erreichen zu wollen.

Überdurchschnittliche Leistungen werden jedoch nur selten von Einzelkämpfern erbracht. Sie sind meist Resultat von Teamarbeit und Teamleistung. Zur Führungskompetenz gehört daher auch die Fähigkeit, Teams zu formen, zu motivieren und auf gemeinsame Ziele auszurichten. Die Führungskraft ist dann in der Rolle eines Teamcoachs, der es versteht, die individuellen Stärken eines jeden Mitarbeiters zu kennen und zu aktivieren und so auszurichten, dass sie zur Teamleistung beitragen und den Teamerfolg fördern.

Die Verlagerung der Entscheidungskompetenz zu den operativen Einheiten macht jedoch zentrale Führung nicht überflüssig. Im Gegenteil, je fraktaler eine Organisation, desto wichtiger werden einheitliche Unternehmenswerte, eine gemeinsame Unternehmenskultur und institutionalisierte Instrumente der Mitarbeiterführung.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitlich führen

Ganzheitlich führen bedeutet, Resultate durch Mitarbeiter zu erbringen. Die Kunst der Führung besteht darin, unterschiedliche Menschen auf ein gemeinsames Ziel auszurichten. Aus der Summe der Einzelleistungen soll ein Optimum an Gesamtergebnis resultieren, und dies bei möglichst hoher Arbeitszufriedenheit und Selbstverwirklichung. Diese «Synchronisation» der Unternehmensziele mit den persönlichen Zielen und Werten der einzelnen Mitarbeiter bedingt einen ganzheitlichen Führungsansatz:

- ▶ Das St. Galler Führungskonzept
- ▶ Resultatorientierte Führung
- ▶ Von Vision, Strategie und Konzept zur konkreten Umsetzung im Geschäftsalltag

Soziale und emotionale Kompetenz

Begeisterung und Freude für Engagement und Leistung schaffen, unnötiges Demotivieren vermeiden, eigene Vorstellungen durchsetzen können: Führungskräfte mit hoher sozialer und emotionaler Kompetenz haben es leichter.

- ▶ Die Wirkung von sozialer und emotionaler Kompetenz
- ▶ Möglichkeiten, die eigene soziale und emotionale Kompetenz zu erkennen und zu verbessern
- ▶ Die Fähigkeit, sich auf sympathische Art durchzusetzen

Teams führen, Teams coachen

Die Fähigkeit der Teamführung wird immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor:

- ▶ Das ideale Team: Zusammensetzung, Rollen
- ▶ Die Auswahl der richtigen Teammitglieder
- ▶ Teamentwicklung und Teamcoaching
- ▶ Motivation für Spitzenleistungen
- ▶ Aufbau und Führung von High Performance Teams

Richtig kommunizieren

Führen heisst kommunizieren. Schweigsame Führungskräfte stehen auf verlorenem Posten. Wer Menschen bewegen und für ein Anliegen gewinnen will, muss ein guter Kommunikator sein.

- ▶ Die Wirkung der eigenen Sprache steigern
- ▶ Training schwieriger Gesprächssituationen
- ▶ Klare Botschaften senden, um Ineffizienz zu vermeiden

Teil 2

Die Führungskraft als Coach

Eine gute Führungskraft versteht es, Leistungsreserven zu mobilisieren. Sie weiss, dass im Normalfall überdurchschnittliche Leistungen mit ganz und gar durchschnittlichen Menschen erzielt werden müssen. Dies gelingt nur, wenn wesentliche Gesetze modernen Coachings bewusst und gekonnt umgesetzt werden.

- ▶ Mitarbeiter coachen
- ▶ Coaching-Ansätze, -Tools und -Prozesse

Mitarbeitergespräche führen

Wieso werden Mitarbeitergespräche auch von guten Führungskräften immer wieder aufgeschoben, obwohl deren Wichtigkeit unbestritten ist? Vielfach wird dieser elementare Teil der Führungsarbeit „nebenbei“ erledigt, ohne entsprechende Vorbereitung und ohne Berücksichtigung der Grundlagen der Gesprächsführung. Dabei müssen nur einige wenige, aber erfolgsentscheidende Grundsätze und Regeln befolgt werden, damit Mitarbeitergespräche für den Vorgesetzten und den Mitarbeiter zu einem positiven und motivierenden Erlebnis werden. Dazu gehören auch Zielvereinbarungsgespräche mit unterschiedlich qualifizierten Mitarbeitern.

Der Manager als Kommunikator

Das Präsentieren von Kernbotschaften in Statements, Präsentationen, Interviews, Verhandlungen und Sitzungen gehört zu den wichtigsten Voraussetzungen, um im Unternehmen intern aufzutreten und das Unternehmen nach aussen darzustellen. Als Kommunikationsmittel stehen heute viele Möglichkeiten zur Verfügung. Im Mittelpunkt steht aber immer die Führungskraft, welche die Botschaft in den verschiedensten Kanälen verbreitet.

Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen

Führungskräfte sehen sich in ihrer beruflichen Praxis oft mit Situationen konfrontiert, in welchen es schwierig ist, den richtigen Umgang damit zu finden. Wie soll in solchen Führungssituationen reagiert werden, welche Massnahmen drängen sich auf und welche Vorgehensweisen bieten sich in kritischen Momenten dieser Art einer Führungskraft an? Die Antworten dazu können direkt in der Praxis umgesetzt werden und bieten einen klaren Handlungsrahmen, der für genau solche Fälle bereit gehalten werden kann.

Das eigene Kommunikationsverhalten in kritischen Situationen

Eine bedeutende Rolle im Umgang mit schwierigen Führungssituationen kommt dem persönlichen Kommunikationsverhalten zu. Dieses gilt es genau zu erkennen und zugleich seine Wirkung auf andere zu überprüfen. Akzeptanz und Selbsterkenntnis, dass Mitarbeiter eine Führungskraft unterschiedlich wahrnehmen, sind Grundvoraussetzungen, um die eigene Kommunikationsfähigkeit positiv zu beeinflussen. Hierzu werden konkrete Situationen simuliert, in welchen das eigene Verhalten geprüft und gezielt verbessert werden kann.



Teilnehmerstimmen



«Faszinierende Lösungsansätze im Bereich der Führung. Keine Theorie, sondern zu 100% praxisbezogen – Umsetzung im alltäglichen Umfeld durchgängig möglich.»

«Erstklassige Referenten mit hoher Methoden- und Praxiserfahrung. Habe viele nützliche Methoden kennengelernt, mit deren Anwendung ich mich persönlich und mein Team weiter entwickeln kann. Weiter so!»

«Endlich ein wirksames Management-Seminar, das meine Ansprüche und Erwartungen voll erfüllt hat. Dieses Seminar kann ich wärmstes weiterempfehlen.»

«Sehr gute Balance zwischen Theorie und Praxis. Top-Referenten, viele Aha-Erlebnisse, Weiterbildung auf höchstem Niveau.»

«Die Organisiertheit der SGMI-Seminare sucht seinesgleichen. Jeder Seminartag kommt zu einem Ergebnis, die Inhalte sind in sich schlüssig und Teil des Endergebnisses.»

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
93324	1. Teil St. Gallen	22. - 25.04.2024
	2. Teil Wildhaus	10. - 13.06.2024
93424	1. Teil Brunnen	01. - 04.07.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	04. - 07.11.2024
93524	1. Teil Brunnen	09. - 12.09.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	04. - 07.11.2024
93624	1. Teil Hallwilersee	14. - 17.10.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	04. - 07.11.2024
93724	1. Teil Horn/St. Gallen	18. - 21.11.2024
	2. Teil Eich	23. - 26.06.2025
93125	1. Teil Hallwilersee	20. - 23.01.2025
	2. Teil Eich	23. - 26.06.2025

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



SGMI  **DIPLOM**
LEADERSHIP

Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd05

Mobilizing People

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

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.

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. 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

Die Zusammenhänge des Leadership-Ansatzes

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

Zentrale Kompetenz: Kommunikation

- ▶ 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

- ▶ 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?

Die Vielfältigkeit der Führungsrolle

«Die Management-Rolle». Mit der Organisation des Tagesgeschäfts, 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.

«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.

Teams zu überdurchschnittlichen Leistungen mobilisieren

- ▶ High Performance Teams, Teams in Action, Teamentwicklung
- ▶ Das ideale Team, Kreation eines «winning spirit»
- ▶ Motivation für Spitzenleistungen, Empowerment
- ▶ Tribal Visual Mapping, Optimal Outcomes

Führungsgesetzmässigkeiten für aussergewöhnliche Leistungen

Auf der Basis von 10 Leitsätzen effektiven und modernen Leaderships werden Entwicklungsschritte bzw. Lernprozesse erarbeitet, anhand derer sich die eigenen Visionen und Wertvorstellungen definieren und überprüfen lassen. Wer ein Gleichgewicht zwischen Arbeit, Erholung und Privatleben schafft, bildet die Basis für dauerhaften und nachhaltigen Erfolg.

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
83324	1. Teil	Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil	Brunnen	24. - 26.06.2024
83424	1. Teil	Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
83524	1. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
83624	1. Teil	St. Gallen	07. - 10.10.2024
	2. Teil	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
83724	1. Teil	Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.06.2025
83125	1. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.06.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

2-teiliges, praxisorientiertes Seminar mit dem Ziel, die wichtigsten Themen zu Leadership, Motivation, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung umfassend und integriert abzubilden. Das Programm spricht insbesondere Executives und Führungskräfte mit langjähriger Erfahrung an, die ihre Führungsexpertise auf den Prüfstand stellen und ihre Leadership-Kompetenz weiter ausbauen wollen.

Konzept

Modernes Leadership erkennt die Notwendigkeit, die bewährten Gesetzmässigkeiten der Führung mit den Anforderungen an eine Führungspersönlichkeit des 21. Jahrhunderts in einer ganzheitlichen Art und Weise zu verbinden. Auf dieser Basis ist auch dieses 2-teilige Programm konzipiert und ausgestaltet.

Im 1. Seminarteil liegt der Fokus der Betrachtungen auf der Bedeutung eines integrierten Führungsverständnisses, bestehend aus dem eigenen persönlichen Führungsverhalten und den zugrunde liegenden Instrumenten der Führungsmethodik wie Motivations-, Coaching- und Kommunikationstechniken. Dies insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass der gesellschaftliche und technologische Wandel vor allem in der Führungsarbeit seine Spuren hinterlässt und im Rahmen eines zeitgemässen, agilen und proaktiven Leadership-Verständnisses auch in der Führung neue Wege zu betrachten und zu prüfen sind.

Damit einhergehend bedingen diese Anforderungen an die Führungsleistung eine permanente Auseinandersetzung mit dem eigenen Führungsprofil und der eigenen Führungspersönlichkeit. Wie kann meine eigene Persönlichkeit weiter entwickelt werden? Wie kann ich meinen Wirkungsgrad erhöhen? Und wie trete ich gegenüber meinen Mitarbeitenden in den unterschiedlichsten Situationen auf, die sich in einer schnelllebigen Unternehmenswelt ergeben? Diese zentralen Fragen werden rund um das Thema ‚Personal Image‘ im 2. Seminarteil eingehend behandelt und mit einem hohen Mass an Interaktion bearbeitet.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Führung

Leadership – ganzheitlich betrachtet

- ▶ Integrierte Führung nach dem St. Galler Modell
- ▶ Berücksichtigung des sozialen und technologischen Wandels durch ein modernes Führungsverständnis
- ▶ Die Leadership-Rolle im 21. Jahrhundert

Überzeugend führen

- ▶ Glaubwürdigkeit und Stringenz als Voraussetzungen für erfolgreiches Leadership
- ▶ Ansätze zur Verbesserung der Führungs-Qualität
- ▶ Return on Leadership: Verbesserung der Performance durch bessere Führung

- ▶ Wie Leader kommunizieren
- ▶ Motivationsansätze in Zeiten des stetigen Wandels
- ▶ Führungsverhalten in Druck- und Konfliktsituationen

Teil 2: Persönlichkeit

Das eigene Persönlichkeitsprofil

- ▶ Selbstanalyse als Basis zur Schärfung des eigenen Profils
- ▶ Ausschöpfen des Leadership-Potentials durch präzise Definition der eigenen Stärken
- ▶ Betrachtung der Wirkung nach aussen und der Wahrnehmung durch Dritte
- ▶ Erkennen von bewussten und unbewussten Signalen in der Kommunikation durch Berücksichtigung des situativen Umfelds und der Botschaftsempfänger

Auftreten und Charisma

- ▶ Kompetenzorientierte Ansätze für ein überzeugendes Auftreten
- ▶ Die Fähigkeit, auch in Stresssituationen souverän zu bleiben
- ▶ Aufbau und Pflege des eigenen ‚Personal Images‘
- ▶ Charisma als wichtiger Erfolgsfaktor in einer Zeit der Transformation und der Disruption
- ▶ Die Wirkung von Verhaltensmustern und Symbolen

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
98324	1. Teil Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil Hallwilersee	01. - 03.07.2024
98424	1. Teil Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil Eich	23. - 25.09.2024
98024	1. Teil Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil Eich	23. - 25.09.2024
98524	1. Teil Brunnen	19. - 22.08.2024
	3. Teil Brunnen	18. - 20.11.2024
98624	1. Teil St. Gallen	07. - 10.10.2024
	2. Teil Brunnen	18. - 20.11.2024
98724	1. Teil Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil Wildhaus	24. - 26.03.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf19

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Die Verbindung von State-of-the-Art Wissen zum Thema Leadership mit den modernsten Erkenntnissen aus den Bereichen der Motivationslehre und der Sozialkompetenz steht im Zentrum dieses 2-teiligen Leadership-Programms. Geeignet insbesondere für erfahrene Führungskräfte, die einerseits ihre Leadership-Kompetenz stärken und andererseits aktuelles Know-how aus dem Wissensfundus der kognitiven und emotionalen Prozesse darin einfließen lassen wollen.

Konzept

In der Welt der Führungslehre existieren bereits sehr viele nützliche und anwendungsorientierte Ansätze aus Theorie, Wissenschaft und Praxis. Manager und Führungskräfte können aus dem Vollen schöpfen, die Vielfalt ist gross. Eine ganz besondere Kombination von Leadership-Wissen bietet dieses 2-teilige Programm zum Thema ‚Authentische und motivierende Führung‘. Während im 1. Teil die Zusammenhänge des St. Galler Leadership-Konzepts mit all seinen Implikationen auf Führungsstil, Führungsverhalten, Kommunikation und Teamführung vermittelt werden, wird das Programm im 2. Teil durch Wissen ergänzt, das die relevanten Erkenntnisse aus dem Feld der Motivationswissenschaften in Bezug auf die Führungsarbeit von Managern aufzeigt. Das Programm bildet damit die Brücke von der Wissensvermittlung hin zur persönlichen Wissensumsetzung in Bezug auf die eigene Führungsarbeit. Es spricht insbesondere erfahrene Führungskräfte und Executives an, welche die Qualität ihrer Leadership-Leistung weiter erhöhen und für sich selber das volle Potenzial ihrer Kompetenzen ausschöpfen wollen. Dies im Gleichgewicht zwischen Leistung, mentalen Ressourcen und Gesundheit.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Leadership Management

Ganzheitliches Leadership

- ▶ Die Zusammenhänge des St. Galler Leadership-Modells
- ▶ Bewährte Gesetzmässigkeiten in der Führung
- ▶ Neue Führungsansätze im Zeichen des Wandels

Authentisch führen

- ▶ Authentizität als Basis für Glaubwürdigkeit und Selbstsicherheit
- ▶ Entwicklung eines Führungsstils auf Basis der eigenen Stärken und Kompetenzen
- ▶ Konsistentes Führungsverhalten auch in Konfliktsituationen

Teamführung und Kommunikation

- ▶ Mobilisierung der Mitarbeitenden durch kommunikatives Leadership
- ▶ Teams optimal zusammensetzen und führen
- ▶ Transparente, offene und ehrliche Kommunikation als Instrument eines authentischen Führungsstils

Teil 2: Mehr Souveränität durch motivierende und sozialkompetente Führung

Führungsleistung durch Empowerment verbessern

- ▶ Die Grundlagen der Motivationslehre
- ▶ Treiber des menschlichen Verhaltens
- ▶ Motivation in Situationen des Wandels und der Unsicherheit

Das Zusammenspiel zwischen Leistung und Motivation

- ▶ Typische Verhaltensmuster und potenzielle Konflikte erkennen
- ▶ Einflussfaktoren auf Leistung, Gesundheit und Führungserfolg bewusst steuern
- ▶ Mitarbeitende auf ihrem Weg von motivierten Angestellten zu Leistungsträgern begleiten

Sozialkompetenz und mentale Stärke

- ▶ Was Sozialkompetenz bedeutet
- ▶ Sozialkompetenz als Katalysator für ungenutztes Potenzial
- ▶ Mögliche Änderungsansätze für mehr Souveränität in der Führungsarbeit
- ▶ Techniken zur Leistungssteigerung bei gleichzeitiger Erhaltung der mentalen Ressourcen

Seminarerdaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
99424	1. Teil	Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.10.2024
99524	1. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.10.2024
99624	1. Teil	St. Gallen	07. - 10.10.2024
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.10.2024
99724	1. Teil	Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil	Wildhaus	26. - 28.02.2025
99125	1. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
	2. Teil	Wildhaus	26. - 28.02.2025
99225	1. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
	2. Teil	Eich	21. - 23.05.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf20

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung

- 48 | 10 Principles of Leadership and Life
- 49 | Personal Leadership
- 50 | Erfolgreiche Verhandlungsführung
- 51 | Rhetorik für Manager
- 52 | Auftreten und Wirken
- 53 | New Work
- 54 | Return on Leadership



10 Principles of Leadership and Life

Deutsch

3-tägiges Intensiv-Seminar 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 Intensiv-Seminar 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

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

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

High Performance Teams

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

Teams in Action

- ▶ Tribal Visual Mapping
- ▶ Optimal Outcomes

Seminarerdaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML30124	Brunnen	24. - 26.06.2024
ML30224	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
ML30125	Brunnen	23. - 25.06.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls30

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Intensiv-Lehrgang auf Basis des St. Galler Management-Modells mit Fokus Führung der eigenen Person. Speziell geeignet für Führungskräfte, die sich persönlich weiterentwickeln und ihr Denken und Handeln kritisch überprüfen und erweitern wollen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Führungsverhalten und Kommunikation (4 Tage)

Entscheidende Grössen für den Erfolg von Führungskräften sind deren Kompetenz im Bereich Führungsverhalten und Kommunikation. Gerade zu diesen Themen erhalten wir üblicherweise im Arbeitsalltag sehr wenig Feedback. Grundlage zur Weiterentwicklung des eigenen Verhaltens und der Kommunikation sind vertiefte Erkenntnisse zur Persönlichkeit. Aufbauend auf diesem systematischen Feedback kann ein angemessenes Führungsverhalten entwickelt und in verschiedenen Situationen gefestigt werden.

- ▶ Das St. Galler Konzept des integrierten Managements
- ▶ Sich selbst als Führungskraft definieren
- ▶ Leadership als Rollenverständnis
- ▶ Kommunikation als wichtige Kernkompetenz
- ▶ Die Kommunikation des Leaders
- ▶ Analyse der eigenen Persönlichkeitsstruktur (Selbst- und Fremdanalyse): Eigene Stärken erkennen, weiterentwickeln und gezielt als persönliche Erfolgsfaktoren einsetzen können
- ▶ Die Führung der eigenen Person, basierend auf der Persönlichkeitsstruktur
- ▶ Entwicklung eines zur eigenen Persönlichkeit passenden Führungsverhaltens
- ▶ Das eigene Verhalten in Konflikt- und Drucksituationen optimieren

Teil 2

Leadership und Work-Life-Balance (3 Tage)

Eine Führungskraft übernimmt in der täglichen Ausübung ihrer Arbeit immer wieder verschiedene Rollen: als Manager in strategischen und operativen Entscheidungsprozessen, als Coach in der Unterstützung und Begleitung der Teammitglieder, als Kundenberater in der Akquirierung und Betreuung der Kunden sowie als Leader in der Wahrnehmung seiner Vorbildfunktion in der Motivation der Belegschaft. Dass die Bewältigung all dieser Aufgaben nicht einfach ist, liegt auf der Hand. Entsprechend wichtig ist es, dass die Führungskraft die vier Rollen bewusst wahrnimmt. Insbesondere auch aus Sicht der eigenen Ressourcenplanung im Rahmen einer ausgewogenen Work-Life-Balance. Es gilt dabei, eigene Prinzipien und Leitsätze zu definieren, die einem Halt und Orientierung im hektischen Tagesgeschäft geben.

- ▶ Die bewusste Wahrnehmung der eigenen Führungsrolle
- ▶ Persönliche Stärken- und Schwächen-Analyse
- ▶ 10 Leitsätze der eigenen Führungs- und Lebensprinzipien

- ▶ Verantwortung für das eigene Handeln übernehmen
- ▶ Persönliche Motivationstreiber
- ▶ Empowerment von Teams
- ▶ Die Kunst der Delegation
- ▶ Höchstleistung dank Führung
- ▶ Kommunikation und Motivation
- ▶ Coaching und Mentoring

Teil 3

Wirkungsvolle persönliche Strategien (2 Tage)

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 «Win-Win»

Seminardaten (4 + 3 + 2 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
92324	1. Teil	Luzern	03. - 06.06.2024
	2. Teil	Brunnen	24. - 26.06.2024
	3. Teil	Wildhaus	10. - 11.07.2024
92424	1. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
	2. Teil	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
	3. Teil	Wildhaus	04. - 05.12.2024
92524	1. Teil	St. Gallen	07. - 10.10.2024
	2. Teil	Hallwilersee	25. - 27.11.2024
	3. Teil	Wildhaus	04. - 05.12.2024
92624	1. Teil	Luzern	25. - 28.11.2024
	2. Teil	Wildhaus	04. - 05.12.2024
	3. Teil	Brunnen	23. - 25.06.2025
92125	1. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.06.2025
	3. Teil	Wildhaus	16. - 17.07.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Erfolgreiche Verhandlungsführung

3-tägiges Intensiv-Seminar mit dem Ziel, die Techniken, Strategien und Taktiken erfolgreichen Verhandeln kennen zu lernen und in der Praxis erfolgreich anzuwenden. Besonders geeignet für Führungskräfte, die ihre Verhandlungs- und Argumentationskompetenz sowie ihre Überzeugungskraft verbessern und ausbauen wollen.

Konzept

Eine Führungskraft steht in ihrem beruflichen Umfeld ständig vor Situationen, in welchen es gilt, die eigene Position zu vertreten und für ihr Unternehmen, ihr Projekt, ihre Strategie oder ihr Team ein optimales Ergebnis zu erzielen. In diesem Zusammenhang kommt dabei der überfachlichen Verhandlungs-, Kommunikations- und Argumentationskompetenz eine entscheidende Bedeutung zu. Gesprächs-, Argumentations- und Verhandlungskompetenz ist die Fähigkeit, überzeugend aufzutreten und dem Verhandlungs- bzw. Gesprächspartner – seien es Vorgesetzte, Kollegen, Kunden oder auch externe Stakeholder wie Lieferanten, Politiker oder Investoren – mit einer ausgefeilten Verhandlungstechnik zu begegnen, um die angestrebten Ziele zu erreichen. Die Herausforderung dabei ist stets, eine konstruktive Einigung zu erzielen und die Verhandlung so zu führen, dass das angestrebte Ergebnis über eine einseitige Interessenwahrung der Beteiligten hinausgeht und den grösstmöglichen gemeinsamen Nutzen in den Vordergrund stellt.

In diesem 3-tägigen Seminar lernen die Teilnehmenden durch Vermittlung erfolgreicher Verhandlungstechniken, Verhandlungen in allen Situationen besser zu verstehen und zu gestalten.

Themenschwerpunkte

Grundlagen: Wie Sie lernen, erfolgreicher zu verhandeln

- ▶ Worum geht es beim Verhandeln grundsätzlich?
- ▶ Wie kann man den Erfolg einer Verhandlung messen?
- ▶ Die grössten Fehler, die Sie beim Verhandeln begehen können
- ▶ Ihr persönlicher Verhandlungsstil – kompetitives versus kooperatives Verhandeln
- ▶ Verhandeln als Prozess verstehen

Vorbereitung: Bereiten Sie die Verhandlung optimal vor

- ▶ Ohne Ziele geht es nicht
- ▶ Wo steht der andere?
- ▶ Der persönliche Stil: Erkennen Sie sich und andere
- ▶ Die optimale Atmosphäre schaffen

Einstellung: Gelangen Sie durch Eigenmotivation zur richtigen Einstellung

- ▶ Die richtige Einstimmung und Einstellung
- ▶ Quellen der Motivation
- ▶ Den Gesprächspartner kennen, heisst ihn zu schätzen

Bedarfsanalyse:

Die Zielsetzung des Gesprächspartners

- ▶ Seien Sie sich der Bedeutung der Körpersprache bewusst
- ▶ Motive des Gesprächspartners
- ▶ Auch Zuhören ist eine Kunst

Argumentations- und Überzeugungsphase

- ▶ Seien Sie Problemlöser und bieten Sie individuellen Nutzen
- ▶ Seien Sie sich der verschiedenen Ebenen der Kommunikation bewusst
- ▶ Nutzen Sie Feedback-Techniken, um Verhandlungen zu verbessern

Einwandbehandlung

- ▶ So begegnen Sie Einwänden wirkungsvoll
- ▶ Was tun, wenn der Partner unfair wird?

Preisverhandlungen

- ▶ Nutzenorientiertes Verkaufen und Mehr-Preise durch Mehr-Werte
- ▶ Schaffen Sie Alternativen und erstellen Sie eine Konzessionsliste

Abschluss

- ▶ So sichern Sie den Verhandlungserfolg
- ▶ Was tun, wenn der Verhandlungspartner noch zögert?

Nachbereitung

- ▶ Analysieren Sie die Zufriedenheit Ihres Verhandlungspartners
- ▶ Reflektieren Sie die Verhandlung und dokumentieren Sie die Ergebnisse
- ▶ Pflegen und nutzen Sie die Beziehung

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
33224	Luzern	04. - 06.11.2024
33125	Hallwilersee	31.03. - 02.04.2025
33225	Eich	07. - 09.07.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf15

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Wie kann ich meinen Worten mehr Gewicht geben? Wie kann ich Mitarbeiter, Kollegen, Chefs, Kunden, Lieferanten und Systempartner besser überzeugen? Als Teilnehmer dieses 6-tägigen Seminars in 2 Teilen wissen Sie, dass souveräne Rhetorik für Ihren Erfolg immer wichtiger wird, je höher auf der Karriereleiter Sie nach oben steigen.

Konzept

Gewinnen oder Überzeugen? Beide Strategien sind durch gekonnte Rhetorik möglich. Im ersten Seminarteil 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 Seminarteil 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 Rhetorikstrategien.

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 Praxissituationen 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 Interessenskonflikte und Meinungsverschiedenheiten auf das Gespräch? Welchen Einfluss hat die emotionale Kompetenz in Sitzungen oder Verhandlungssituationen? Wie können die neuesten Erkenntnisse der Forschung in Verhandlungsgespräche 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 und anhand konkreter Beispiele eingeübt. Das Resultat dabei: Ziele erreichen dank gewinnender Gesprächsführung und Verhandlungstechnik und nicht aufgrund des Einsatzes von Macht oder Druck.

Seminardaten (2 × 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
81424	1. Teil St. Gallen	23. - 25.09.2024
	2. Teil Luzern	04. - 06.11.2024
81624	1. Teil Luzern	04. - 06.11.2024
	2. Teil St. Gallen	17. - 19.03.2025
81125	1. Teil St. Gallen	17. - 19.03.2025
	2. Teil Hallwilersee	31.03. - 02.04.2025
81225	1. Teil St. Gallen	17. - 19.03.2025
	2. Teil Eich	07. - 09.07.2025
81325	1. Teil Hallwilersee	31.03. - 02.04.2025
	2. Teil Hallwilersee	08. - 10.09.2025

Seminargebühr*: CHF 7500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf08

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Auftreten und Wirken

Von der Person zur Persönlichkeit

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 eine 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 Zutun beeinflussbar ist, zeigt dieses 3-tägige Intensiv-Seminar, 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



Seminarerdaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
85224	Hallwilersee	01. - 03.07.2024
85024	Eich	23. - 25.09.2024
85324	Brunnen	18. - 20.11.2024
85125	Wildhaus	24. - 26.03.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

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

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das praxisorientierte, 3-tägige Intensivseminar richtet sich an Geschäftsführer, Bereichsleiter und Transformationsbeauftragte, HR-Professionals und Organisationsentwickler. Interaktiv werden aus Fallbeispielen, Prozessen und Modellen die wichtigsten Erkenntnisse zum Thema New Work zur Ausgestaltung resilienter Organisationen vermittelt.

Konzept

New Work ist zum Platzhalter für die Herausforderungen der Zukunft geworden. Digitalisierung, Umgestaltung der Arbeitswelt und Nachhaltigkeit – diese drei Begriffe stehen für den tiefgreifenden Wandel in Organisationen. Mit dem Fokus auf den Menschen bietet New Work eine inspirierende Vorlage für diese Veränderungen. Klar ist aber auch, dass New Work einen bedeutenden Eingriff in die DNA von Unternehmen und Organisationen darstellt. Egal ob der Wandel von der rasanten technologischen Entwicklung oder den Umbrüchen auf Märkten getrieben wird, in der Umsetzung von New Work-Projekten stösst man unweigerlich auf Themen wie Werte, Führung oder Agilität. Was es dann braucht, ist ein fundiertes New Work-Wissen, aber auch die Einsicht, wie die Transformation in die Zukunft gelingt.

Das Seminar befähigt die Teilnehmer, ein tieferes New Work-Verständnis zu entwickeln und in den eigenen Unternehmenskontext zu übertragen:

- ▶ Sie erhalten einen Einblick in die Praxis vieler Unternehmen, die bereits erfolgreich New Work-Konzepte umgesetzt haben.
- ▶ Aktuelle Trends und Studien zeigen Ihnen, wie sich die New Work-Entwicklung durch exogene Faktoren wie z.B. COVID-19 beschleunigt hat.
- ▶ Die Vermittlung von Transformationswissen für die Ausgestaltung des Wandels im eigenen Unternehmen befähigt Sie zur Planung von New Work-Projekten.

Themenschwerpunkte

Einführung

Die strategische Notwendigkeit, Unternehmen für die volatile, komplexe Zukunft resilient zu machen, erfordert einen tiefgreifenden Wandel. Dieser betrifft nicht nur Prozesse und Systeme, sondern auch die Haltung der Menschen – vor allem in der Führung.

- ▶ New Work im Kontext des beschleunigten Wandels
- ▶ Schwerpunkte der New Work-Organisation im Überblick
- ▶ Grundlagen für die Einführung von New Work in Organisationen

New Work als strategische Organisationsentwicklung

New Work läuft in Unternehmen immer Gefahr, als Nice to Have-Projekt im Experimentierstatus stecken zu bleiben, ohne seine Kraft in der gesamten Organisation zu entfalten. Erst der Blick durch die Strategiebrille macht die Notwendigkeit des New Work Wandels klar.

- ▶ Schneller, volatiler, komplexer – die Beschleunigung des Wandels
- ▶ Anforderungen an die Organisation der Zukunft: Was schafft Resilienz?
- ▶ Outside the Box: Welche Handlungsfelder ermöglichen den New Work-Wandel?

Best Practice für die Einführung von New Work

Beispiele für die ganzheitliche Umsetzung von New Work als Teilprojekte oder in Teilbereichen zeigen gelungene Wege, New Work in Unternehmen umzusetzen.

- ▶ Vom IST zum SOLL: Beispiele für die New Work Transformation in Unternehmen
- ▶ Wie sich Mitarbeitende am New Work-Wandel beteiligen können
- ▶ «Start small, don't wait»: Der Einstieg in die New Work-Transformation

Reifegradmodelle als Grundlage für die Einführung von New Work

New Work ist auch ein Haltungsthema. Beispiel hierfür ist die Selbstorganisation von Teams, die ein anderes Führungsmindset voraussetzt als das Führen in der Linie.

- ▶ Werteveränderungen und neue Führungshaltungen in der New Work-Organisation
- ▶ New Work-Handlungslogiken und ihre Entsprechungen in der Stufenentwicklung
- ▶ New Work-Integration: Die Organisation der unterschiedlichen Geschwindigkeiten

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
19124	St. Gallen	10. - 12.06.2024
19224	St. Gallen	02. - 04.12.2024
19125	St. Gallen	12. - 14.05.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf21

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Gute Führung zahlt sich aus. Untersuchungen zeigen, dass Unternehmensgewinn, Mitarbeiterengagement und -fluktuation sehr stark von der Führungseffektivität abhängen. Gute Führung reicht nicht (mehr). Doch wie steht es um die eigene Führungseffizienz? Return on Leadership ist ein exklusives Intensiv-Seminar in kleinen Gruppen mit maximal 6 Teilnehmenden, insbesondere für CEO's, Geschäftsführer und Vorstände, die den Schritt von guter zu hervorragender Führung in Angriff nehmen wollen. Basierend auf einem individuellen 360-Grad Feedback werden Leistungspotentiale identifiziert und gezielt in Richtung herausragende Führung weiterentwickelt.

Konzept

An der Spitze ist es bekanntermassen einsam, die Luft ist dünn und ehrliches Feedback selten. Die Frage „wie gut bin ich eigentlich im Vergleich zu anderen Top-Führungskräften?“ steht als dauernder Begleiter im Raum. Darauf eine fundierte, daten- und nicht meinungsbasierete Antwort zu erhalten, ist nicht einfach.

Basierend auf einem individuellen 360-Grad Feedback setzt dieses Intensiv-Seminar genau hier an. Anhand von 16 unterschiedlichen Führungskompetenzen werden die eigenen Ausprägungen und der Vergleich mit internationalen Top-Managern aufgezeigt. Darauf aufbauend wird ein klarer Weg zu noch besserer Führungskompetenz aufgezeigt und ein individueller Entwicklungsplan definiert.

Es geht dabei nicht um die theoretische Beschreibung des „perfekten Chefs“, sondern um das praktische Aufzeigen eines effektiven Entwicklungsweges in Richtung herausragende Führung. Immer mit Fokus auf den Zusammenhang zwischen Führungseffektivität und Unternehmensgewinn, Mitarbeiterengagement und -fluktuation.

Themenschwerpunkte

Analyse

Als Vorbereitung auf das Intensiv-Seminar wird für jeden Teilnehmenden ein individuelles 360-Grad Feedback erstellt. Auf dieser Basis erfolgt dann die persönliche Stärken-/Schwächen-Analyse im Seminar.

Ziel: Herausragende Führung

Gut sind Sie schon. Jetzt möchten Sie sich als herausragende Führungskraft positionieren. Leider reichen dafür die normalerweise im Unternehmen genutzten Feedback-Tools nicht aus. Gerade auf der obersten Führungsebene wird klares und direktes Feedback zur Mangelware. Und selbst wenn das Feedback vorliegt, was sagt es aus? Wie gut bin ich wirklich? In einer kleinen Gruppe von Teilnehmenden der obersten Führungshierarchie werden ausgehend von der individuellen Analyse der Vergleich mit internationalen Top-Führungskräften vorgenommen und effektive Wege zu herausragender Führung definiert.

Individuelle persönliche Entwicklung

Anhand von 16 unterschiedlichen Führungskompetenzen und deren individuellen Erfüllung kann der persönliche Weg zu herausragender Führung klar umschrieben werden. Effektive Entwicklung bedeutet nicht die gleichmässige Entwicklung aller Kompetenzen, sondern die gezielte Entwicklung von ein bis drei Schlüsselkompetenzen. Dieser individuelle Entwicklungsplan mit klaren Massnahmen wird das Ergebnis des Intensiv-Seminars Return on Leadership sein.

Nicht-lineare Steigerung von Führungskompetenz

Welche Kompetenzen haben den stärksten Einfluss auf die Führungseffektivität? Mit welchem Trainingsansatz können diese am erfolgreichsten weiter entwickelt werden? Fragen, die im hoch effektiven Cross-Training der zielführendsten Führungskompetenzen im Intensiv-Seminar diskutiert und beantwortet werden.



Seminardaten (2 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
82224	Brunnen	23. - 24.09.2024
82125	Brunnen	24. - 25.02.2025

Seminargebühr*: CHF 3200.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf18

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Strategisches Management

- 56 | St. Galler Strategie-Seminar
- 58 | Strategie und Leadership für Executives
- 60 | Strategisches Business Management
- 62 | Strategie & Change Management Programm
- 63 | Strategische Innovation
- 64 | Strategisches Entrepreneurship
- 66 | Nachhaltigkeitsmanagement (Sustainability)



St. Galler Strategie-Seminar

Praxisbezogenes Seminar für Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung, Unternehmer, Geschäftsführer, Leiter von Profit-Center, Führungskräfte, die selbst Strategien erarbeiten müssen, Führungskräfte, die bei der Strategieimplementierung eine Schlüsselrolle spielen sowie für Spezialisten und Unternehmensplaner, die im Strategieprozess wichtige Gestaltungsaufgaben ausführen.

Konzept

Aufgabe des Managements ist es, Komplexität und Dynamik zu bewältigen. Veränderungsprozesse für eine dauerhafte Prosperität des Unternehmens sind rechtzeitig anzukurbeln, zu gestalten und zu lenken. Dem strategischen Management kommen dabei ganz besondere Funktionen zu. Durch rechtzeitiges Erkennen von Trends und wichtigen Veränderungen soll der Handlungsbedarf zur Sicherung bzw. zum Ausbau der bestehenden Geschäfte und Marktpositionen erkannt werden. Strategische Optionen sollen evaluiert und die als richtig betrachtete Strategie dank Ressourcenzuteilung und Massnahmen implementiert werden. Dank kreativem Orientieren an zentralen Kundenbedürfnissen und neuen Lösungstechnologien sollen zukünftige Wachstumsfelder, attraktive Geschäftsmöglichkeiten und chancenreiche Entwicklungsperspektiven gefunden und anvisiert werden.

Wodurch unterscheiden sich nun gute von schlechten Strategien? Machen Strategien Sinn in einem turbulenten Umfeld, und macht es Sinn, auch ohne Strategien zu handeln? Sind Strategien Sonderanlässe, welche an Strategieworkshops stattfinden, oder müssen Strategien als evolutiver Entwicklungsprozess verstanden werden?

Die Teilnehmer/innen sind nach dem Seminar in der Lage, Strategien systematisch und unter Einbezug erprobter Arbeitsinstrumente und Tools aus der Praxis der Unternehmensberatung zu entwickeln. Sie lernen zudem den Prozess der Strategieentwicklung und Strategieimplementierung effizient zu steuern und zu koordinieren.

Themenschwerpunkte

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 im Zeitalter des digitalen Wandels

Geschäftsfelder als Planungseinheiten

Wie ist ein Unternehmen oder ein Geschäftsbereich strategisch zu segmentieren, um sinnvolle Geschäftsfelder strategisch differenziert planen zu können?

- ▶ Geschäftsfelder als strategische Planungseinheiten
- ▶ Geschäftsfeldgliederung: Möglichkeiten, Vorgehensweise
- ▶ Praxisbeispiele und nützliche Tools

Den strategischen Handlungsbedarf erkennen

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.

- ▶ Veränderungen antizipieren und früh erkennen
- ▶ Übersicht über die wichtigsten Analysemethoden und üben anhand von strukturierten Instrumenten und Praxisfällen
- ▶ Antriebskräfte für neue Strategien
- ▶ Darstellung des strategischen Handlungsbedarfs

Erfolgversprechende Strategieoptionen

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 Erfolgssträchtigkeit und Realisierungschance bewertet?

Strategien formulieren

Nach der Auswahl der für zukunftsweisend erachteten Option(en) ist die Strategie zu formulieren. Und zwar so, dass sie einfach, verständlich und somit kommunizierbar, dadurch gleichzeitig im Tagesgeschäft spürbar und rollend überarbeitbar ist. Umsetzbare Strategien sind allge-

meinverständlich formuliert, ohne deswegen an Präzision zu verlieren.

- ▶ Wer soll an der Erarbeitung der Strategie beteiligt werden?
- ▶ Präzision bei der Strategieformulierung; Praxistips
- ▶ Instrumente und Methoden der Strategieplanung
- ▶ Plausibilitätsprüfung und Quantifizierung von Strategien
- ▶ Funktionale Strategien

Strukturen verändern

Organisationsstrukturen bieten nie nur Vorteile und sind immer nur für die Bewältigung bestimmter Aufgaben «bestgeeignet». Strategischer Wandel verursacht häufig die Notwendigkeit zu Organisationsveränderungen. «Structure follows strategy» wird aber allzu häufig zu «structure follows fashion».

Strategien erfolgreich implementieren

Implementieren ist nicht «der letzte Akt» des Strategieprozesses. Anhand des St. Galler Implementierungsmodells wird gezeigt, wie das Thema Implementierung in jeder Phase des Strategieprozesses gesteuert werden muss:

- ▶ Hindernisse für die Implementierung erkennen und umgehen
- ▶ Umsetzung als Führungsaufgabe
- ▶ Strategisches Controlling



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/30

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens05

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
70324	Luzern	17. - 20.06.2024
70424	St. Gallen	26. - 29.08.2024
70524	Luzern	11. - 14.11.2024
70125	St. Gallen	20. - 23.01.2025
70225	Luzern	17. - 20.03.2025
70325	Horn/St. Gallen	19. - 22.05.2025

Seminargebühr*: CHF 5500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen

«Ein exzellentes Seminar, das alle wesentlichen Aspekte der Unternehmensentwicklung für den Strategieprozess berücksichtigt.»

«Ein hervorragendes Seminar. Für jeden, der mit Strategien zu tun hat, ein «Muss!»»

«Hervorragende Darstellung der Inhalte, die absolut praxistauglich sind. Ein Strategie-Seminar der absoluten Spitzenklasse!»

«Den Dozenten ist es gelungen, durch die Vermittlung und Auffrischung von theoretischem Wissen in Kombination mit praxisnahen Fallbeispielen eines der besten Seminare zu halten, welches ich jemals besucht habe. Mein nächstes SGMI Seminar habe ich bereits gebucht!»

«Besonders wer glaubt, dass er weiss, was Strategisches Management ist, sollte dieses Seminar besuchen, weil er nach dem Seminar sein vorhandenes Wissen noch effizienter und mit Erfolg einsetzen kann.»

«Sehr gut! Das wird mein zukünftiger Strategieprozess-Leitfaden sein!»

«Sehr anspruchsvolles und kurzweiliges Seminar, bei dem man spätestens am Ende des zweiten Tages «Strategisches Denken» verstanden hat. Die Themen und Gedanken des St. Galler Management-Ansatzes gehen ins Blut über und am Ende des Seminars geht man hochmotiviert und voller neuer Denkanstösse in den Arbeitsalltag.»

Strategie und Leadership für Executives

Management Programm in 2 Teilen für Führungskräfte mit langjähriger 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, ganzheitlichen Top Management Programms.

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 disruptiven 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 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 keine Selbstläufer. 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

Der zweite Seminarteil behandelt das Thema «Erfolgsfaktor Führungskompetenz». In 4 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

Teilnehmerstimmen

«Absolut Klasse. Hohes Niveau und komplexe Themen sehr eingänglich erklärt - und hoher Praxisnutzen!
Einfach Klasse. Empfehle ich auf jeden Fall weiter!.»

«Meine Erwartungen sind erfüllt worden und der hohe mir vorab avisierte Standard ist ebenso erfüllt worden.»

«Das Seminar für angehende, strategische Entscheidungsträger. So stellt man die Zukunft seiner Firma sicher.»

«Hochkarätiger Input mit sehr ausgewogener Aufteilung in Theorie und Praxis.»

«Kompaktes Management-Seminar mit erstklassigen Referenten.»

«Sehr hohes Niveau der Dozenten und der Seminarinhalte gepaart mit sehr guten Beispielen aus der Praxis.»

«Ich bin begeistert und motiviert und fühle mich gewappnet für die Umsetzung im Business.»

«Aktuelles Wissen hochprofessionell und digital aufbereitet sowie durch kompetente Referenten, die ihr Geschäft verstehen, hervorragend vorgetragen. Das Programm stellt eine enorme Wissenserweiterung und Inspiration für meine neue Rolle als Business Unit Leiter dar.»

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1134	1. Teil	Luzern	17. - 20.06.2024
	2. Teil	Brunnen	19. - 22.08.2024
ML1144	1. Teil	St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil	St. Gallen	07. - 10.10.2024
ML1154	1. Teil	Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil	Luzern	27. - 30.01.2025
ML1115	1. Teil	St. Gallen	20. - 23.01.2025
	2. Teil	Davos	17. - 20.03.2025
ML1125	1. Teil	Luzern	17. - 20.03.2025
	2. Teil	St. Gallen	30.06. - 03.07.2025
ML1135	1. Teil	Horn/St. Gallen	19. - 22.05.2025
	2. Teil	St. Gallen	30.06. - 03.07.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls11

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Strategisches Business Management

2-mal 4-tägiges Programm für Führungskräfte, die für ein Unternehmen oder für ein bedeutendes Profit-Center Verantwortung tragen oder in absehbarer Zukunft übernehmen werden. Ziel des Programms ist, die Kompetenz, ein Business strategisch zu führen und die Verantwortung für Marktposition wie auch für finanzielle Ergebnisse zu tragen, auf- oder auszubauen.

Konzept

Der Sprung vom funktionalen Management, vom «High Potential» oder «Spezialisten» in eine General-Management-Verantwortung will gut vorbereitet sein. Verlangt werden vermehrte Unternehmer-Qualitäten. Mehr führen, weniger ausführen; Geschäftsmöglichkeiten erkennen, Chancen sehen und ergreifen; Geschäftsmodelle entwickeln, Gewinnpotenziale aufspüren; strategische Konzepte erarbeiten und umsetzen; Mitarbeiter von Ideen begeistern und zum Mitmachen motivieren. Nun genügt es nicht mehr, Aufträge pünktlich abzuarbeiten, fleissig zu sein, sich einzusetzen. Resultate werden zum Prüfstein für die Karriere. Entschuldigungen, warum Ziele nicht erreicht wurden, interessieren kaum. Wer Verantwortung trägt, wird immer an Resultaten gemessen.

Das 2-mal 4-tägige Programm «Strategisches Business Management» bietet hier wertvolle Hilfestellung. Dabei konzentrieren wir uns auf zwei Themenbereiche: Im 1. Teil lernen die Teilnehmenden glasklare, präzise Strategien mit hoher Erfolgswahrscheinlichkeit auszuarbeiten und umzusetzen. Teil 2 verstärkt die Kompetenz der finanziellen Erfolgssteuerung. Sie lernen die unabdingbaren Techniken und Methoden, um Markterfolge auch in wirtschaftlichen Erfolg zu transformieren und aktive Ergebnisoptimierung zu betreiben.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ein Business strategisch führen

- ▶ Systematik und Gesamtüberblick
- ▶ Der Sprung vom Detail zur Gesamtverantwortung

Die Verantwortung für Resultate

- ▶ Die Treiber des Erfolgs bestimmen
- ▶ Fokussierung der persönlichen Ressourcen auf resultatträchtige Aufgabenstellungen

Das St. Galler Modell als Navigationsinstrument

- ▶ Die Übersicht nicht verlieren
- ▶ Trotz Komplexität die Fähigkeit zu einfachen Lösungen entwickeln
- ▶ Der St. Galler Management-Ansatz

Die Ausgangslage bestimmen

- ▶ Die wichtigsten Analysemethoden im Praxiseinsatz
- ▶ Instrumente, Tools

Chancen und Gefahren erkennen

- ▶ Die Analyse-Erkenntnisse richtig interpretieren
- ▶ Aus ersten Signalen, Trends und Szenarien Zukunftsbilder entwerfen
- ▶ Chancen als Erste erkennen und nutzen
- ▶ Gefahren vorzeitig spüren und proaktiv agieren

Strategische Optionen

- ▶ Kreativität und Weitsicht bei der Suche nach der bestmöglichen Zukunft
- ▶ Visionskraft und Realitätsbezug

Strategische Ziele

- ▶ Die richtigen Zielkategorien bestimmen
- ▶ Strategische Ziele als Leitlinien oder verbindliche Vorgaben?

Strategien formulieren

- ▶ Strategische Stossrichtungen präzise formulieren
- ▶ Wie werden Strategien auf ihre Plausibilität geprüft?
- ▶ Verständlichkeit, Akzeptanz und Umsetzungswille als Nagelprobe für die Implementierung

Strategische Konzepte umsetzen

- ▶ Den Umsetzungsprozess planen
- ▶ Die Umsetzung vorantreiben

Teil 2

Die finanzielle Situation erfassen

- ▶ Finanzpläne, Controlling-Berichte, Kostenrechnung und Budgets rasch analysieren
- ▶ Den finanziellen Überblick schaffen

Gewinnpotenziale erkennen

- ▶ Das Geschäftspotenzial in Abhängigkeit von Marktgrösse, Branchenrentabilität, Kundennutzen und strategischer Positionierung erfassen
- ▶ Ungenutzte Gewinnsteigerungs-Möglichkeiten finden

Ergebnisverbesserung bewirken

- ▶ Die Performance-Driver bestimmen
- ▶ Kostensenkung und strategische Kostenposition
- ▶ Optionen für gesteigerte Wertschöpfung
- ▶ Höhere Preise dank neuem Kundennutzen
- ▶ Die Konzentration auf rentable Kunden und Aufträge
- ▶ Verlustquellen aufspüren, Verluste abbauen

Finanzierung und Liquidität

- ▶ Das Basiswissen zum Thema Finanzierung
- ▶ Den Kapitaleinsatz optimieren
- ▶ Die günstigste Finanzierungsart finden
- ▶ Liquiditätssteuerung

Investitionen

- ▶ Investitionsprojekte emotionslos bewerten
- ▶ Unternehmerische Risiken bewusst eingehen

Unternehmensbewertung, Akquisitionen & Fusionen

- ▶ Bewertungsmethoden
- ▶ Wertsteigerungspotenziale erkennen
- ▶ Mergers & Acquisitions

Controlling

- ▶ Mit Kennzahlen, Balanced Scorecard und Controlling Reports führen
- ▶ Die Zahlenbasis auswerten, Korrekturen rechtzeitig einleiten



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/44



Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens06

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
44324	1. Teil Luzern	17. - 20.06.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
44424	1. Teil St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
44524	1. Teil St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
44624	1. Teil Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
44724	1. Teil Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil St. Gallen	31.03. - 03.04.2025
44125	1. Teil St. Gallen	20. - 23.01.2025
	2. Teil St. Gallen	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Absolut Klasse. Hohes Niveau und schwierige Themen sehr eingänglich erklärt - und hoher Praxisnutzen! Empfehle ich auf jeden Fall weiter!»

«Meine Erwartungen sind zu 100% erfüllt worden. Sowohl die theoretischen als auch die praktischen Inhalte kann ich für meine Zwecke exzellent einsetzen.»

«Sehr kompetent, sehr dicht – alles, was der Manager für die strategische und finanzielle Unternehmensführung braucht. Ich bin begeistert!»

«Methodik exzellent, im ganzheitlichen Kontext des St. Galler Management Prozess eingebettet, durch hervorragende Referenten mit Praxisbezug vorgetragen. Weiter so!»

«Das Seminar hat meine Erwartungen voll erfüllt. In vielen Beispielen und Übungen habe ich meine täglichen Herausforderungen wiedergefunden. Die im Seminar angebotenen Lösungsansätze werde ich sicher anwenden und in Strategien umsetzen.»

«Eines der besten Seminare, das ich besucht habe. Kompetent, kurzweilig, fachlich top.»

Strategie & Change Management Programm

Neue Strategien wie auch die Anpassung bestehender Strategien führen zu bedeutenden Transformationsprozessen in Unternehmen. Das 2-teilige, praxisorientierte Seminar verbindet im Sinne des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes die Themenfelder Strategie und Change und spannt den Bogen von der integrierten, vernetzten Strategieentwicklung hin zur erfolgreichen Implementierung mittels strategie-induziertem Change Management.

Konzept

Veränderungsarbeit im Rahmen von Change Management Programmen ist oft dann gefragt, wenn bedeutende Anpassungen im Geschäftsmodell des Unternehmens eingeleitet werden sollen. Im Sinne der Ursache-Wirkungs-Beziehungen geht es dabei in erster Linie darum, zuerst den strategischen Handlungsbedarf zu definieren, um darauf aufbauend die internen Veränderungen, die damit einhergehen, aus Führungssicht wie auch aus organisatorischer Sicht, anzugehen. Entsprechend dieser Logik ist das Seminar in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die zentralen Elemente im Prozess des strategischen Managements behandelt. Der zweite Teil fokussiert auf das Thema Change Management. Diese Konzeption stellt sicher, dass den Teilnehmenden eine ganzheitliche, vernetzte Vorgehensweise für einschneidende Veränderungsprozesse im Unternehmen praxisorientiert vermittelt werden kann.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management

Die Gesetze des strategischen Managements

- ▶ Aufgaben und Elemente des strategischen Managements
- ▶ Der Prozess zur Erarbeitung neuer Strategien
- ▶ Vorgehen zur Überprüfung bestehender Strategien

Ausgangslage, Vorgaben und Weichenstellungen

- ▶ Die Vorgaben von oben als Leitplanke für die eigenen Strategien
- ▶ Das normative Wertegerüst des Unternehmens
- ▶ Initiativen und zentral gesteuerte Programme

Die Marktposition der Zukunft

- ▶ Unser Geschäft heute und morgen
- ▶ Substitutionstendenzen und Verdrängungsperspektiven
- ▶ Innovationen und neue Geschäftsmodelle

Die strategische Analyse

- ▶ Analyse des Marktes
- ▶ Analyse der eigenen Marktposition
- ▶ Analyse der Kosten- und Gewinnposition

Strategie Design

- ▶ Strategische Optionen entwickeln und bewerten
- ▶ Integrierte, vernetzte Strategien formulieren
- ▶ Notwendige Kurskorrekturen in die Wege leiten

Teil 2: Change Management

Die Grundlagen des Change Managements

- ▶ Auslöser und Treiber von Change Management Programmen
- ▶ Grundprinzipien und Grundlogik für erfolgreiche Change Projekte
- ▶ Erfolgsbeispiele aus der Praxis: das agile Unternehmen

Veränderungsprozesse professionell begleiten

- ▶ Kulturelle Basisarbeit
- ▶ Verständnis für den strategischen Handlungsbedarf aufbauen
- ▶ Konzeption einer wirkungsvollen Change Architektur
- ▶ Instrumente und Methoden in der Veränderungsarbeit

Psychologie und Emotionen

- ▶ Barrieren und Widerstände entlang der Veränderungsphasen
- ▶ Umgang mit Schocks, Ängsten und Worst Case Szenarien
- ▶ Die Psychologie der Gruppe

Leadership und Change

- ▶ Die eigene Rolle im Change Management Prozess
- ▶ Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen?

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
30424	1. Teil	Luzern	17. - 20.06.2024
	2. Teil	Eich	16. - 19.09.2024
30524	1. Teil	St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil	Eich	16. - 19.09.2024
30624	1. Teil	St. Gallen	26. - 29.08.2024
	2. Teil	Luzern	02. - 05.12.2024
30724	1. Teil	Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil	Luzern	02. - 05.12.2024
30824	1. Teil	Luzern	11. - 14.11.2024
	2. Teil	Luzern	07. - 10.04.2025

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum10

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das praxisorientierte, 3-tägige Intensiv-Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Bereichsleiter, Strategie- und Innovationsverantwortliche von etablierten Unternehmen. Zur Stärkung der persönlichen Innovationskompetenz und strategischen Fähigkeiten werden Prozesse & Methoden zur Entwicklung und Implementierung strategischer Innovation in Unternehmen interaktiv vermittelt.

Konzept

Eine differenzierende Strategie mit innovativen Massnahmen ist der Schlüsselfaktor zum Erhalt zukünftiger Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltigen Erfolgs für etablierte Unternehmen. Diese müssen durch ein immer komplexer werdendes Umfeld navigieren, um in Zukunft relevant zu bleiben und erfolgreich zu sein. Die Herausforderung: Auf der einen Seite muss das Kerngeschäft optimiert werden, auf der anderen Seite sollen neue, kundenzentrierte Innovationen für Wachstumsimpulse sorgen. Dieses Seminar zeigt auf, wie Führungskräfte die vorhandenen Stärken für neue strategische Opportunitäten nutzen können, um sowohl den kurzfristigen Erfolg zu sichern, als auch zukünftige Chancen zu realisieren.

Themenschwerpunkte

Einführung

65% der CEOs grosser Unternehmen haben laut der Global CEO Survey Angst, von neuen, disruptiven Startups überholt zu werden. Tatsächlich zeigt ein Blick in die Praxis, dass gestandene Unternehmen zunehmend Schwierigkeiten im Innovationswettkampf haben: Ihre Lebenserwartung sinkt stetig, während Startups immer höhere Bewertungen erhalten und ganze Märkte disruptieren. Eingeordnet in ein strategisches Framework bildet das Verständnis dieser aktuellen Situation und möglicher Lösungswege die Grundlage für zukünftigen Unternehmenserfolg.

- ▶ Herausforderungen und Chancen etablierter Unternehmen in dynamischen Umfeldern
- ▶ Framework für strategische Innovation in Unternehmen
- ▶ Grundlagen eines effizienten Prozesses zur Entwicklung und Umsetzung innovativer Massnahmen

Strategische Innovation

Eine Ausrichtung innovativer Massnahmen an den strategischen Zielen und Kriterien des Unternehmens ist für den späteren Umsetzungserfolg unabdingbar. Ein passendes Bewertungsframework bildet die Grundlage zur Einordnung bestehender strategischer Massnahmen und möglicher Opportunitäten.

- ▶ Aufbau eines zielgerichteten Bewertungsframeworks für strategische Innovation
- ▶ Erarbeitung strategisch relevanter interner und externer Einflussfaktoren
- ▶ Einordnung und Bewertung bestehender strategischer Massnahmen und möglicher neuer Opportunitäten (Trends)

Strategischer Innovationsprozess

Unternehmen müssen in komplexen Umfeldern mit schnellen Veränderungen sowohl ihr aktuelles Kerngeschäft optimieren, als auch zukünftige Opportunitäten erschliessen. Dazu müssen in der Entwicklung und Auswahl möglicher strategischer Massnahmen sowohl die bestehenden Ressourcen des Unternehmens beachtet, als auch neue Kundenbedürfnisse befriedigt werden. Dies gelingt mit Hilfe eines effizienten Prozesses zur systematischen Entwicklung passender innovativer Massnahmen.

- ▶ Thinking inside the box: innovieren innerhalb komplexer Unternehmensstrukturen
- ▶ Einführung in den Prozess zur systematischen Entwicklung und Umsetzung innovativer Massnahmen
- ▶ Fallbeispiel zur Anwendung der einzelnen Prozessschritte

Management strategischer Innovation

Nachhaltiger Unternehmenserfolg braucht die ganzheitliche Zusammenführung von Innovation und Strategie durch geeignete organisatorische Strukturen und befähigte strategische Innovationseinheiten. Das Verständnis der dafür kritischen Erfolgsfaktoren ermöglicht die passende Implementierung für einen langfristigen Vorsprung im Innovationswettkampf.

- ▶ Management strategischer Innovation
- ▶ Organisatorische Strukturen für strategische Innovation
- ▶ Aufbau strategischer Innovationseinheiten
- ▶ Erfolgsfaktoren zur nachhaltigen Implementierung strategischer Innovation

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
18224	St. Gallen	21. - 23.10.2024
18125	Wildhaus	31.03. - 02.04.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum16

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Strategisches Entrepreneurship

Strategisches Entrepreneurship ist ein Programm, das die eigene Ambition, ein erstklassiges Unternehmen zu sein, unterstützt. Ein Programm, das hilft, eigene Stärken als «Entrepreneur» noch gezielter zum Einsatz zu bringen. Aber auch ein Programm, das Anregungen liefert, um Unternehmertum in der gesamten Organisation zu verankern.

Konzept

Unternehmerische Grundhaltung und unternehmerischer Gestaltungswille sind Voraussetzungen für dauerhaften Erfolg einer Organisation. Mit einer «Verwaltermentalität» kann Gutes bestenfalls für eine gewisse Zeit konserviert werden. Ohne unternehmerische Vision und richtunggebende Strategievorgabe droht eine falsche Entwicklung; ohne Werte und Arbeit an der Unternehmenskultur Orientierungslosigkeit; ohne bewusst konzipierte Strukturen und Geschäftsfelder Ineffizienz und Beschäftigung mit sich selbst.

Eine unternehmerische Grundhaltung zeigt sich aber nicht nur in den «harten» Faktoren. Richtige Unternehmer sind Könner im Umgang mit Mitarbeitern. Sie fordern und fördern. Sie vermitteln Werte und geben Beispiele. Sie setzen die richtigen Ziele und sorgen für optimalen Personaleinsatz. Und sie verstehen es, Motivation nicht zu zerstören, sondern zu erhalten und zu pflegen. Sie wissen, dass Vertrauen nicht durch Schulterklopfen, sondern durch gelebte Erfahrung entsteht. Und sie führen – oft intuitiv – nach einfachen, nachvollziehbaren und berechenbaren Verhaltensmustern.

Die entscheidende Frage ist nun: Wie viele Unternehmer braucht eine Unternehmung? Reicht ein Unternehmer an der Spitze, der denkt und entscheidet und die anderen ausführen lässt? Oder braucht es mehrere, vielleicht viele? Und wie kann Unternehmertum multipliziert werden? Wie können unternehmerischer Gestaltungswille und unternehmerische Kompetenz und Qualitäten auf eine breite Basis gestellt werden?

Themenschwerpunkte

Teil 1

Die Teilnehmenden bauen eigene Kompetenzen der strategischen Unternehmensführung aus und lernen, Unternehmertum in ihrem Verantwortungsbereich zu fördern und gezielt auszubauen.

Strategisches Entrepreneurship als Management-Konzept

- ▶ Die integrierte Geschäftsperspektive
- ▶ Ohne unternehmerische Gestaltungskraft kein nachhaltiger Erfolg
- ▶ Unternehmerisches Können gezielt aufbauen
- ▶ Die Basis für unternehmerische Spitzenleistungen legen
- ▶ Strategisches Entrepreneurship im Zusammenspiel des gesamten Management-Teams

Die Kreation von Unternehmertum

- ▶ Unternehmertum im Unternehmen fördern
- ▶ Unternehmensstrukturen aufbauen, die Unternehmertum unterstützen, nicht behindern
- ▶ Segmentierung des Unternehmens: Die Logik der Strategischen Geschäftsfelder

Marketing als Erfolgsfaktor

- ▶ Neue Marketing-Ansätze
- ▶ Konsequenzen für die Marketing-Strategie
- ▶ Markenstrategie, Identität, Positionierung

Herausforderung Kommunikation

- ▶ Die Kommunikationsaufgabe von Führungskräften
- ▶ Kommunikation nach innen und nach aussen
- ▶ Der kommunikative Umgang mit schwierigen Situationen

Wertsteigerung und Finanzmanagement

- ▶ Führen mit Kennzahlen
- ▶ Finanzmanagement im Überblick
- ▶ Kapitalkosten und Renditeerwartungen
- ▶ Methoden zur Messung der Wertsteigerung



Teil 2

Strategisches Entrepreneurship zeigt sich zwar auch an der Qualität der Konzepte. Wo es ums Umsetzen geht, ist jedoch Change Management und Führung gefordert. Im zweiten Teil beschäftigen wir uns deshalb mit den zentralen Fragen eines gekonnten Change Managements. Die Teilnehmenden bringen Beispiele und Erlebtes ein. Sie erkennen sich selbst als Führungspersönlichkeit und lernen Defizite abzubauen und ihre Führungsrolle gekonnt und situativ wahrzunehmen.

Führen, um zu verändern

- ▶ Akzeptanz für den Wandel gewinnen
- ▶ Change Management als wichtige Führungsaufgabe
- ▶ Die häufigsten Barrieren in der Praxis

Change Management

- ▶ Veränderung durch Führung: Führungswirkung und Kommunikation als Führungsinstrument
- ▶ Veränderung durch Leadership umsetzen: Organisatorische und Persönliche Aspekte
- ▶ Organisationale Veränderung: Wirkungsvolle Konzepte der Praxis

Instrumente wirkungsvoller Führung

- ▶ Instrumente wirkungsvoller Führung: Mehr Effektivität erreichen
- ▶ Anreize, Selbstmotivation
- ▶ Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen

Leadership und Change

- ▶ Wie gute Führung die Leistung verstärkt
- ▶ Wie gute Motivatoren den Wirkungsgrad ihrer Organisation massiv steigern
- ▶ Gesetzmässigkeiten und Erkenntnisse der Führungslehre für Change Prozesse



Seminaranden (2 x 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
41024	1. Teil St. Gallen 2. Teil Eich	10. - 13.06.2024 16. - 19.09.2024
41324	1. Teil Davos 2. Teil Eich	02. - 05.09.2024 16. - 19.09.2024
41424	1. Teil Davos 2. Teil Luzern	02. - 05.09.2024 02. - 05.12.2024
41524	1. Teil St. Gallen 2. Teil Luzern	18. - 21.11.2024 02. - 05.12.2024
41624	1. Teil St. Gallen 2. Teil Luzern	18. - 21.11.2024 07. - 10.04.2025

Seminargebühr*: CHF 10 500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sma14

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Teilnehmerstimmen



«Seminar in angenehmer Atmosphäre und guter Abstimmung zwischen Theorie und Praxis. Kann viele Inputs und Lösungsansätze mitnehmen.»

«Sehr gute Dozenten, klare Inhalte, starke Praxisorientierung.»

«Sehr viele Anstösse zur Selbsterkenntnis und für das Überdenken der eigenen Handlungsweise.»

«Hervorragender Lehrgang – Danke!»

«Das Seminar zeigt eindrücklich auf, wie die unternehmerische Grundhaltung im Unternehmen gefördert werden kann.»

«Seminar mit klarem Gesamtüberblick, vielen Anregungen, hoher Praxisorientierung und hervorragenden Referenten.»

«Meine hohen Erwartungen wurden übertroffen!»

Das Thema Nachhaltigkeitsmanagement (CSR – Corporate Social Responsibility und ESG – Environmental Social Governance) ist für Unternehmen und ihre Manager die Herausforderung des kommenden Jahrzehnts. Das dreitägige Seminar vermittelt Führungskräften mit strategischer Verantwortung die wichtigsten Strategien und Werkzeuge, um mit CSR/ESG die Führungskompetenz nachhaltig zu sichern.

Konzept

Nachhaltigkeitsmanagement ist kein Luxus, sondern Anspruch der Kunden, Mitarbeiter und Investoren. Die EU verpflichtet Unternehmen, über die non-financial Performance zu berichten. All dies proaktiv in die Geschäftstätigkeit einzubinden und dabei neue Chancen und Risiken rechtzeitig zu erkennen, sichert nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Indem das Unternehmen seine strategischen Entscheidungen gemäß der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens fällt, kann es den Business Case CSR/ESG nutzen und seine «licence to operate» holen. Führungskräfte, die dieses Prinzip rechtzeitig in die Unternehmensstrategie und ihre Entscheidungen integrieren, werden ihr Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führen.

Das Seminar zeigt Wege auf, wie man Nachhaltigkeit in das eigene Managementsystem integriert und damit für das Unternehmen optimale Ergebnisse erzielt. Relevante Themenbereiche, Prinzipien und Implementierungsschritte werden dargestellt und ebenso die Frage nach der bestmöglichen Berichterstattung zu Nachhaltigkeit, CSR und ESG beantwortet.

Themenschwerpunkte

Unternehmung & Gesellschaft

- ▶ Unternehmensethik im St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Das Unternehmen und seine Stakeholder
- ▶ Die zentralen Herausforderungen – welches sind die Kernthemen für das Unternehmen

Nachhaltigkeit als Management-Konzept

- ▶ Die Grundsätze von CSR- und ESG-Systemen
- ▶ CSR/ESG und Unternehmensstrategie
- ▶ Die Stakeholder Matrix
- ▶ Der Business Case ‚Nachhaltigkeitsmanagement‘
- ▶ Messen und Bewerten von Nachhaltigkeits-Massnahmen

CSR/ESG-Prinzipien

- ▶ Transparenz und Verantwortlichkeit
- ▶ Compliance und Standards

Implementierung im Unternehmen

- ▶ Entwicklung einer Unternehmensvision unter Einbindung von CSR/ESG
- ▶ Unternehmensstrategien auf CSR/ESG ausrichten
- ▶ Implementierung von Nachhaltigkeits-Programmen
- ▶ Kommunikation der gesetzten Massnahmen

Nachhaltigkeits-Themen im Management

- ▶ Arbeitsbedingungen & Supply Chain Management
- ▶ CO₂ & Klimaerwärmung
- ▶ Korruption & faire Geschäftspraktiken
- ▶ Menschenrechte & Good Governance

Kommunikationsmanagement

- ▶ CSR/ESG und Kommunikation
- ▶ Nachhaltigkeitsberichterstattung
- ▶ Markenmanagement – Glaubwürdigkeit & Vertrauen

Das persönliche CSR/ESG-Wertemanagement

- ▶ Die Rolle des Topmanagement im CSR-Prozess
- ▶ Entwickeln einer persönlichen Nachhaltigkeits-Landkarte
- ▶ Ressourcen, Strategien, Umsetzungsmöglichkeiten

Teilnehmerstimmen



«Sehr gutes Seminar mit dezidierten Inhalten und Handlungsempfehlungen für die Praxis. Danke an SGM!»

«Spannende Themen. Es stand genügend Zeit für Fragen und Diskussionen zur Verfügung. Guter Mix der Teilnehmer aus verschiedenen Branchen und Ländern.»

Seminarerdaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
59224	Wildhaus	11. - 13.11.2024
59125	Wildhaus	12. - 14.05.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme12

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Marketing, Vertrieb/Sales

- 68 | Strategisches Marketing im digitalen Zeitalter
- 69 | New Marketing
- 70 | St. Galler Marketing-Seminar
- 72 | Brand Management-Seminar
- 73 | Online Marketing & Social Media
- 74 | St. Galler Produktmanager-Lehrgang
- 76 | Marketing & Verkauf-Lehrgang
- 78 | St. Galler Verkaufsmanagement-Seminar



Strategisches Marketing im digitalen Zeitalter

3-tägiges Intensiv-Seminar für Marketingleiter und Kommunikationsverantwortliche sowie für Marketing-interessierte Führungskräfte zu den aktuellsten Trends und Strategien im Marketing-Management.

Konzept

Für Unternehmen und Organisationen wird es angesichts der zunehmenden Umweltdynamik laufend schwieriger, sich im Wettbewerbsumfeld zu behaupten und nachhaltige Wettbewerbsvorteile aufzubauen. Neuere Entwicklungen und Trends im Marketing wie «Disruptives Marketing», «Digitale Transformation», «Influencer Marketing», «Multisensorisches Marketing», «Open Source Marketing», «Neuromarketing» oder «Content Marketing» beeinflussen den Unternehmenserfolg nachhaltig. Diese Dynamik erfordert eine immer schnellere Umsetzung von Produkt-, Prozess- und Geschäftsmodell-Innovationen in allen Unternehmensbereichen. Nur auf diese Weise kann ein «First-Mover-Advantage» zu einer Erhöhung der Kundenloyalität und zu einer anhaltenden Wettbewerbsdifferenzierung führen. Gerade im Bereich des Marketing Management ist es wichtig, heute schon für (über)morgen zu planen, da neue Geschäftsmodelle und Disruptionen ganze Märkte umkrepeln und damit herkömmliche Geschäftsmodelle sowie Marketing-Mix-Strategien ersetzen. Dieses dreitägige Seminar liefert auf Basis der aktuellsten Erkenntnisse aus dem Marketing die passenden Ansätze dazu.

Themenschwerpunkte

Strategisches Management, Digitale Transformation und Disruptives Marketing

Disruption und Digitalisierung erfordern eine flexible und agile Transformations- und Unternehmenskultur.

- ▶ Innovatives strategisches Management mit digitalen Geschäftsmodellen
- ▶ Disruptives Marketing mit all seinen Konsequenzen
- ▶ Der Umgang mit Chancen und Gefahren, die aus der Entwicklung neuer Strategie- und Marketing-Ansätze entstehen
- ▶ Elemente einer digitalen Transformations- und Marketingkultur

Von Marketing 1.0 zu Marketing 5.0

- ▶ Entwicklung des Marketings hin zum Marketing 5.0
- ▶ Relevante Marketing-Trends und aktuelle Marketing-Strategien

Behavioral Economics und Erkenntnisse des Neuromarketings in Bezug auf das Konsumentenverhalten

Basis jedes wirkungsvollen Marketings ist eine differenzierte Konsumentenverhaltensanalyse.

- ▶ Impliziter und expliziter Kundennutzen
- ▶ Erkenntnisse der Neurobiologie und Implikationen für das Marketing

Multisensorisches Marketing und Kommunikation

Durch multisensorisches Marketing kann die Markenkommunikation nachhaltig optimiert werden.

- ▶ Multisensorisches Branding
- ▶ Multisensorische Markenkommunikation

Open Source Marketing

Die Einbindung des Kunden in den Innovationsprozess und den Marketing-Mix ermöglicht Zielgruppen adäquate Innovationen von Produkten und Dienstleistungen.

- ▶ Abgrenzung von viralem Marketing und Open Source Marketing
- ▶ Customer Generated Innovation & Customer Generated Context

Integrierte Digitale Kundenkommunikation, Social Media Marketing und Influencer Marketing

Digitales Marketing ist angesichts des sich ändernden Mediennutzungsverhaltens in B2B- und B2C-Märkten im Rahmen der Kommunikationsstrategie von herausragender Bedeutung.

- ▶ Digitale Marketing-Planung
- ▶ Online-Marketing
- ▶ Social Media Marketing
- ▶ Influencer Marketing
- ▶ Mobiles Marketing

Content Marketing

Durch Content Marketing können mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppen besser angesprochen und vom eigenen Unternehmen und seinem Leistungsangebot überzeugt werden.

- ▶ Earned Media versus Paid Media
- ▶ Erfolgsfaktoren einer Content Marketing Strategie

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
36124	St. Gallen	03. - 05.06.2024
36224	St. Gallen	28. - 30.10.2024
36125	St. Gallen	19. - 21.05.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum14

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Der Einsatz neuer Medien in der heutigen Geschäftswelt führt insbesondere im Bereich des Marketing Managements zu grossen Veränderungen. Ein modernes Marketing zielt jedoch nicht nur auf die neuen Möglichkeiten der digitalisierten Welt, sondern verbindet diese mit bewährten Marketingstrategien und -konzepten aus dem klassischen Marketing Management. Das Zusammenführen dieser beiden Marketingwelten bildet das Ziel dieses 2-teiligen Seminars.

Konzept

In vielen Unternehmen stellen sich mit dem Wandel zur Informationsgesellschaft bedeutende Fragen im Umgang mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung. Von diesen Fragestellungen insbesondere betroffen ist das Marketing Management. Welches sind heute die besten Absatzkanäle? Wie können Massnahmen im Bereich des Online-Marketings in bestehende Marketingkonzepte integriert werden? Und welche Elemente der traditionellen Marketing-Grundlagen haben nach wie vor Gültigkeit? Mit diesem 2-teiligen Marketingprogramm werden den Teilnehmenden die Bestandteile eines ganzheitlichen Marketing Managements aufgezeigt, die in der Verbindung mit klassischen Marketing-Konzepten und -Instrumenten zu einem integrierten Marketing-Ansatz zusammengeführt werden.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Marketing Management

Marketing-Strategie

- ▶ Das ganzheitliche Verständnis des Marketing Managements
- ▶ Von der Unternehmensstrategie zur Marketing-Strategie
- ▶ Das Kundenverhalten als treibende Kraft der Marketing-Strategie
- ▶ Strategische Kunden- und Marktsegmentierung

Marktanalyse

- ▶ Kunden- und Kundenverhaltens-Analyse
- ▶ Analyse von Kaufentscheidungsprozessen
- ▶ Der Einfluss der neuen Medien auf das Kundenverhalten
- ▶ Konkurrenz- und Branchenanalyse

Marketing-Konzept

- ▶ Von der Marketing-Strategie bis zur Umsetzung am Verkaufspunkt
- ▶ Produkt-, Markt- und Preiskonzept
- ▶ Auswirkungen der neuen Medien auf bestehende Marketing-Konzepte
- ▶ Trends, Innovationen und neue Geschäftsmodelle

Absatzkonzept

- ▶ Integration von Online Marketing Kanälen im Absatzkonzept
- ▶ Multi Channel Marketing
- ▶ Kommunikation am Point of Sales

Teil 2: Online Marketing & Social Media

Online Marketing und Online Advertising

- ▶ Bestandesaufnahme und Bewertung der neuen Absatzkanäle
- ▶ Abgrenzung zwischen Online Marketing und Online Advertising
- ▶ Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- ▶ Affiliate Marketing
- ▶ Keyword-Advertising
- ▶ E-Mail Marketing
- ▶ Zusammenführung der Online Kanäle in eine Online Marketing Strategie

Social Media

- ▶ Werbung in sozialen Netzwerken
- ▶ Relevante Social Media Plattformen
- ▶ Möglichkeiten und Grenzen des Community Managements
- ▶ Aufbau einer Social Media Strategie

Tracking und Monitoring

- ▶ Erfolgsmessung mittels Kennzahlen im Online Marketing
- ▶ Tracking-Systeme zur Überprüfung von Online-Kampagnen

Seminarerdaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
49324	1. Teil	St. Gallen	02. - 05.09.2024
	2. Teil	Wildhaus	18. - 20.11.2024
49424	1. Teil	Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
	2. Teil	Eich	05. - 07.05.2025
49125	1. Teil	Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil	Eich	05. - 07.05.2025

Seminargebühr*: CHF 7500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum12

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Marketing-Seminar

Intensiv-Seminar zu Aufbau, Methoden und Wirkungsweise des modernen Marketings für

- ▶ Führungskräfte und Stabsmitarbeiter aus Marketing, Verkauf, Vertrieb, Kunden-, Produkt- und Marktmanagement, Werbung, Marktforschung.
- ▶ Führungskräfte, die Marketing- und Verkaufskonzepte anregen und beurteilen wollen.
- ▶ Nachwuchstalente aus Marketing und Verkauf, die ihr in der Praxis gewonnenes Wissen systematisieren und untermauern wollen.
- ▶ Führungskräfte aus technischen oder kaufmännischen Bereichen, die sich gezielt und konzentriert in den Themenbereich Marketing einarbeiten wollen.

Konzept

Marketing beeinflusst den Erfolg ganz entscheidend. Das beste Produkt, die innovativste Marktleistung nützt nichts, wenn der Kunde sie nicht braucht, nicht will oder nicht weiss, dass es sie gibt. Zentrale Aufgabe von Marketing ist daher, die Bedürfnisse und Anforderungen des Marktes mit den Möglichkeiten und Konzepten des eigenen Unternehmens in Einklang zu bringen. Dank eines ganz speziellen Kundennutzens soll die preispolitische Flexibilität dank Wettbewerbsvorteilen, Kundenpräferenz und Effektivität im Verkauf erreicht werden. Drei zentrale Aspekte gilt es zu optimieren:

▶ Marketingkultur

Die Ausrichtung aller Unternehmensbereiche auf Kundenbedürfnisse und die Orientierung an der umfassenden Kundenzufriedenheit ist das zentrale Anliegen der Marketingphilosophie. Gefordert sind daher alle Mitarbeiter eines Unternehmens: Kundenorientierung ist nicht nur eine Angelegenheit der Marketing- und Verkaufsabteilung. Wie gelingt es, eine kundenorientierte Denkhaltung zu entwickeln und zu kultivieren?

▶ Marketingkonzept

Mit dem Marketingkonzept wird der Markterfolg konzeptionell vorgespurt. Wie wird ein Marketingkonzept erarbeitet, bewertet und umgesetzt?

▶ Verkaufsmanagement

Ohne Verkaufserfolg nützen die besten Konzepte nichts. Wie ist vorzugehen, um die Verkaufsleistung zu steigern und neue Verkaufssysteme und Vertriebskanäle aufzubauen?

Themenschwerpunkte

Die Gesetze des Marktes

Das Unternehmen bewegt sich in einem ständig wechselnden Markt. Jeder Markt funktioniert nach bestimmten Gesetzmässigkeiten und Spielregeln.

- ▶ Die Logik des Marktes
- ▶ Konsequenzen unterschiedlicher Marktconstellationen
- ▶ Erfolg in Pioniermärkten, Wachstumsmärkten, reifen und schrumpfenden Märkten. Kann man Märkte machen?

Märkte analysieren

Basis jedes wirkungsvollen Marketings sind eine konzentrierte Marktanalyse und Marktforschung. Zugleich ist der Reifegrad der eigenen Unternehmenskultur bezüglich Kundenorientierung (Customer Focus) zu überprüfen.

- ▶ Wie werden Marketinganalysen erstellt und ausgewertet?
- ▶ Wie können Kunden- und Verbraucherverhalten untersucht werden?
- ▶ Warum sind Konkurrenzanalysen so wichtig, wie werden sie erstellt und wie kann vom Wettbewerb gelernt werden?
- ▶ Existiert eine spürbare Dynamik, externen und internen Kunden hohe Nutzenpotenziale stiften zu wollen?
- ▶ Was ist zu tun, um die Kundenorientierung nachhaltig zu steigern?

Marketingstrategie

Je besser die Marktanalyse, desto treffsicherer die Marketingstrategie.

- ▶ Vision, Unternehmens- und Geschäftsstrategie als Vorgabe für die Marketingstrategie
- ▶ Corporate Identity, Business Mission, Imagestrategie und Markenkonzept
- ▶ Dank richtiger strategischer Positionierung den Markterfolg vorspüren
- ▶ Soll-Marktposition mit quantitativen Zielen
- ▶ Von Marktsegmentierung zum Target-Marketing
- ▶ Neue Marketingansätze
- ▶ Innovationsmanagement

Marketingkonzept

Basierend auf der Marketingstrategie werden, pro Geschäft, die grundlegenden Weichenstellungen bezüglich Produktpolitik, Markt- und Preispolitik vorgenommen.

- ▶ Produktkonzept, Leistungsdifferenzierung, Sortimentskonzept, Produktlinienstrategie
- ▶ Servicekonzepte und Dienstleistungspolitik
- ▶ Zielgruppengerechtes Feintuning
- ▶ Marktsegmentspezifische Marketingüberlegungen
- ▶ Markt-, Länder- und Filialstrategien
- ▶ Konzepte für den Markteintritt und den Aufbau neuer Geschäfte
- ▶ Preisstrategien und preispolitische Spielräume

Marktbearbeitung

Ungenutzte Potenziale und Möglichkeiten für rentables Wachstum liegen oft in einer konsequenten Marktbearbei-

tung. Wie kann sichergestellt werden, dass die Potenziale der bestehenden Kunden richtig genutzt werden? Wie soll die Akquisition von Neukunden und Neugeschäft funktionieren?

- ▶ Die Marktbearbeitung aktivieren
- ▶ Die Umsatz- und Ertragspotenziale bestehender Kunden besser nutzen
- ▶ Neue Märkte und neue Kundensegmente erschliessen
- ▶ Rentables Wachstum durch «Customer-Value-Konzepte»
- ▶ Potenziale des Online Marketing nutzen
- ▶ Kundennähe mittels digitaler Netzwerke aufbauen und stärken

Vermarktungskonzept

Die Nagelprobe für Marketingstrategie und Marketingkonzept ist der Erfolg in der Vermarktung.

- ▶ Kommunikation als Wegbereiterin zum Erfolg
- ▶ Verkaufskonzepte und Verkaufserfolg
- ▶ Sales promotion, Verkaufsunterstützung

Führungsaufgaben im Marketing

Marketingstrategien und -konzepte müssen in einer Marketingplanung verdichtet und konkretisiert und im Rahmen der Budgetierung quantifiziert werden. Das Marketing-Controlling steuert Zielerreichung, aber auch die Wirksamkeit der einzelnen Aktionen.

- ▶ Planung, Budgetierung
- ▶ Strukturelle Einbettung des Marketing
- ▶ Marketingsysteme: MIS, MAIS, KIS
- ▶ Steuerung der Kundenzufriedenheit
- ▶ Marketing-Controlling
- ▶ Marketingkonforme Unternehmenskultur



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/41

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens07

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
71324	St. Gallen	02. - 05.09.2024
71424	Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
71125	Brunnen	20. - 23.01.2025
71225	Davos	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen

«Eines der besten Seminare, die ich besucht habe: Praxisnah mit vielen Beispielen und gut organisiert. Ich werde sicherlich vieles davon in die Praxis umsetzen. Ein Puzzle an Informationen wurde zu einem fertigen Marketing Management Bild! Danke!»

«Hervorragende Seminarorganisation. Qualität der Inhalte und der Referenten sind kaum zu toppen! Für jeden Teilnehmer ist für die praktische Umsetzung mehr als genug dabei. Von mir gibt es hierfür die Note 1! Ich komme bestimmt wieder.»

«Sehr gute Inhalte, interessante Teilnehmerstruktur – entsprach genau meinen Erwartungen. Zusammenfassend handelt es sich hier um ein Top-Seminar!»

«Mir hat der marketingübergreifende Ansatz sehr gut gefallen, der nicht nur Marketingtools vermittelt hat, sondern die Rolle des Marketings in der Unternehmensführung in den Mittelpunkt gestellt hat. Die vielen Beispiele aus der Praxis haben den Bogen zum Unternehmensalltag gespannt, der durch die Diskussion mit den Teilnehmern aus unterschiedlichen Branchen und Funktionen abgerundet wurde.»

«Dieses Marketing-Seminar war exzellent! Es war eines der besten Beiträge, die ich beim SGMI geniessen durfte. Durch seine Praxisnähe und Internationalität war dieses Seminar sehr lehrreich und umsetzungsnah.»

«Praxisnah, kurzweilig, kompetent. Die Tage vergehen wie im Flug. Angenehme Atmosphäre mit interessantem Austausch zwischen den Teilnehmenden.»

Brand Management-Seminar

3-tägiges, praxisbezogenes Seminar für Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Unternehmer, Führungskräfte, die selbst Marken strategisch steuern müssen sowie für Kommunikationsspezialisten und Unternehmensakteure, die im Markenprozess eine wichtige Gestaltungsaufgabe innehaben.

Konzept

Markenarbeit ist ein äusserst strategischer und permanent fordernder Prozess. Einerseits braucht es eine langfristige und zielgruppenrelevante Positionierung, andererseits müssen alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens ständig überprüft und im Sinne der Marke eingesetzt werden. Das Markenprogramm ist die Basis für eine effektive Kommunikation und ein strategisches Steuerungstool für sämtliche Unternehmensbereiche. Die Teilnehmer/innen sind nach dem Seminar in der Lage, ihre strategische Markenarbeit zu überprüfen, die relevanten Gestaltungselemente der Marke zu erkennen, zu steuern und ihre Massnahmen zu bewerten. Sie lernen, was eine starke Brand ausmacht und zudem, wie man eine solche aufbaut und ihre Umsetzung steuert.

Themenschwerpunkte

Strategisches Brand Management als Konzept

- ▶ Die Marke muss differenzierend zum Wettbewerb und glaubwürdig und relevant für ihre Zielgruppen sein.
- ▶ Die Marke ist mehr als Werbung und Corporate Design – das Markenprogramm definiert den permanenten Einsatz der Kommunikationsinstrumente und -aktivitäten.
- ▶ Trotz der langfristigen Ausrichtung muss das Markenkonzept in regelmässigen Abständen überprüft werden und gegebenenfalls müssen Korrekturen vorgenommen werden.

Markenpositionierung

- ▶ Wie gelangt man zur Identifikation von relevanten und begehrlichen Markeninhalten?
- ▶ Was macht man, wenn Identität und Image nicht übereinstimmen?
- ▶ Wie bleibt das Unternehmen glaubwürdig, wie kann man das Markenversprechen für die Zielgruppe optimal gestalten?

Markenarchitektur

- ▶ Welche Strategieoptionen für die Markenarchitektur gibt es?
- ▶ Wann sollte man die Dachmarke stärken, wann kann dies nachteilig sein?
- ▶ Was ist ein Branded House, was ein House of Brands?
- ▶ Wie werden neue Geschäftsfelder in die Struktur der Marke eingebunden?

Aufbau eines Markenprogramms

- ▶ Corporate Design, Corporate Communications
- ▶ Corporate Behaviour

Kommunikation

- ▶ Was macht manche Logos und Markennamen so einzigartig und einprägsam, während so viele andere in einer breiten Masse verschwinden?
- ▶ Wie soll eine Marke beschaffen sein, die Mitarbeiter und Aktionäre anspricht?
- ▶ Welche Kommunikationsaktivitäten stimmen mit der Marke überein?
- ▶ Wie nah sollten die Kommunikationskonzepte und -kampagnen an den Markenthemen sein? Wann braucht ein Unternehmen imagebildende Kommunikation?
- ▶ Wie verschieden dürfen Unternehmenskultur und Markenpositionierung sein?

Organisation Brand Management

- ▶ Wie kann ein permanenter Abgleich zwischen Geschäftsstrategie und Markenprogramm gewährleistet werden?
- ▶ Welche Aufgaben der Markensteuerung erfolgen zentral, welche Aufgaben sind dezentral organisiert?
- ▶ Welche Prozesse für das Brand Management müssen etabliert werden?
- ▶ Was sind realistische Zeiträume für Markenarbeit, wann empfiehlt sich eine grundsätzliche Überprüfung der Marke?

Monitoring/Kontrolle

- ▶ Zu welchen Anlässen ist ein Markenmonitoring unerlässlich?
- ▶ Welche Marktforschungsinstrumente sind im gegebenen Fall die geeigneten?
- ▶ Was sind zentrale Themen des Markenmonitorings?

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
76124	Wildhaus	24. - 26.04.2024
76224	Wildhaus	27. - 29.11.2024
76125	Wildhaus	07. - 09.05.2025

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

3-tägiges Intensiv-Seminar für Führungskräfte aus allen Bereichen, die sich das aktuellste Wissen zu den Themen Online Marketing und Social Media kompakt und praxisorientiert aneignen und diese neuesten Erkenntnisse mit dem eigenen Unternehmen in Abgleich bringen wollen.

Konzept

Unternehmen stehen vor der Aufgabe, den Nutzen von Online Marketing & Social Media Kanälen zu evaluieren und diese gewinnbringend einzusetzen. Um die Online Marketing Kanäle wie Search Engine Advertising (z.B. Google Adwords), Search Engine Optimisation (Suchmaschinenoptimierung), Affiliate Marketing, E-Mail Marketing und Social Media für Ihr Unternehmen bewerten zu können, liefert dieses Seminar einen Überblick und ein tieferes Verständnis für die Anwendung in der Praxis.

Nach der Teilnahme an diesem Seminar kennen Sie alle relevanten Online Marketing & Social Media Kanäle, sowie deren Möglichkeiten. Sie können diese beurteilen, lernen wie Sie Online Marketing messen und monitoren können und wie Sie eine Online Marketing & Social Media Strategie für Ihr Unternehmen erstellen. Das Seminar liefert Ihnen eine fundierte Entscheidungsgrundlage, ob und wie Online Marketing & Social Media Kanäle mit möglichst grossem Nutzen für Ihr Unternehmen eingesetzt werden können. Denn Kosten, Zeit und Ressourcen müssen im Verhältnis zu den daraus resultierenden Ergebnissen stehen.

Themenschwerpunkte

Online Marketing

- ▶ Überblick und Einführung
- ▶ Wie Online Marketing Ihren Unternehmenserfolg unterstützen kann
- ▶ Darstellung der relevanten Kanäle
- ▶ Online Marketing Ziele

Suchmaschinen Marketing

- ▶ Wie Suchmaschinenoptimierung (SEO) funktioniert
- ▶ Wie der Wert einer Google Platzierung berechnet werden kann
- ▶ Ziele und mögliche Erfolge mit SEO

Affiliate Marketing

- ▶ Wie Affiliate Marketing funktioniert
- ▶ Einsatzmöglichkeiten von Affiliate Marketing
- ▶ Was Sie bei der Umsetzung beachten müssen

Display Advertising

- ▶ Übersicht über Display Advertising Möglichkeiten
- ▶ Suchmaschinenmarketing mit Google Adwords (SEA)
- ▶ Abrechnungsmodelle (TKP, CPC, CPO u.a.)
- ▶ Retargeting & Behavioural Pricing

E-Mail Marketing

- ▶ Einführung und Überblick zu E-Mail Marketing
- ▶ Einsatzmöglichkeiten von Newsletter und automatisierten E-Mail Kampagnen
- ▶ E-Mail Marketing Integration im Digital Marketing Mix

Social Media

- ▶ Warum und wie funktioniert Social Media für Unternehmen?
- ▶ Definition der relevanten Einsatzgebiete von sozialen Medien
- ▶ Einführung und Überblick der relevantesten Social Media Kanäle: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Snapchat, YouTube, XING, LinkedIn u.a.
- ▶ Content & Community Management
- ▶ Social Advertising: Wie Werbung auf Facebook und Instagram funktioniert und welche Möglichkeiten Sie haben, Ihre Zielgruppe mit Werbeanzeigen auf Ihr Unternehmen und Ihre Produkte aufmerksam zu machen
- ▶ Wie Hashtags funktionieren und eingesetzt werden

Customer Journey & Online Marketing Strategie

- ▶ Welche Online Marketing & Social Media Kanäle können für welche Unternehmensziele eingesetzt werden?
- ▶ Gemeinsame Erarbeitung einer Customer Journey und Einleitung zur Online Marketing Strategie
- ▶ Integration von Social Media Strategien
- ▶ Kanalübergreifende Erfolgsmessung und Attributionsmodelle



Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
48224	Wildhaus	18. - 20.11.2024
48125	Eich	05. - 07.05.2025

Seminargebühr*: CHF 3600.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum09

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Produktmanager-Lehrgang

Praxisorientierter Lehrgang in 2 Teilen für

- ▶ Produktverantwortliche, Länderbetreuer, Zielgruppenspezialisten und Fachverantwortliche, die impulsgebende Funktionen für ein Produkt, eine Marke oder eine Produktlinie ausüben.
- ▶ Nachwuchskräfte, die sich umfassende Kompetenzen zum Produktmanagement aneignen wollen.

Konzept

Das moderne Produktmanagement ist eine umfassende Führungsaufgabe. Sie reicht von der Markt- und Konkurrenzanalyse bis zum Verkaufserfolg. Typische Schwerpunktaufgaben eines Produktmanagers in der Innovationsphase einer Marktleistung sind:

- ▶ Analyse von Entwicklungen und Trends im Markt
- ▶ Kreatives Aufspüren von Wachstumsfeldern
- ▶ Analyse und Beobachtung von Konkurrenzaktivitäten
- ▶ Auswertung und Interpretation von Marktdaten
- ▶ Mitwirkung bei Neuentwicklungen und Innovationen
- ▶ Beantragen der notwendigen Investitionen inkl. Feasability-Studien und Wirtschaftlichkeitsberechnung
- ▶ Formulieren der Produktstrategie sowie der Markteintrittsstrategie

Auch bei der Pflege und Optimierung der laufenden Geschäfte fallen vielfältige Aufgaben an:

- ▶ Erarbeitung und Empfehlung von Marketing-Plänen
- ▶ Entwicklung von Vermarktungsstrategien
- ▶ Sicherstellen des Kommunikationsflusses auf allen Ebenen
- ▶ Unterstützung der Aussendienst- bzw. Verkaufsorganisation
- ▶ Bereitstellen von Verkaufshilfen und Verkaufsförderungsmaterial
- ▶ Qualitätskontrolle

Nicht selten ist der Produktmanager auch für Umsätze, Deckungsbeiträge oder zumindest Kosten verantwortlich:

- ▶ Steuerung von Umsatz und Gewinn
- ▶ Verkaufs- und Ergebnisanalysen
- ▶ Strategisches Controlling

Nur selten aber ist der Produktmanager eine «one man show». Um sich durchzusetzen, braucht er Überzeugungskraft, Verhandlungsgeschick und soziale Kompetenz. Auch diese Themen werden im Lehrgang in konzentrierter Form behandelt.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliches Marketingmanagement

Kernidee des Produktmanagements ist, die Anforderungen, Bedürfnisse und Möglichkeiten des Marktes mit dem eigenen Leistungsangebot und dessen Vermarktung in ein Gleichgewicht zu bringen, um den Markterfolg für Produkt, Marke oder Produktlinie ganzheitlich zu steuern.

Produktkonzept, Produktstrategie

Wir beschäftigen uns mit der Frage, wie ein Produktkonzept oder eine Produktstrategie erarbeitet und formuliert werden. Basis sind Marktdaten, Marktforschungsergebnisse und Erkenntnisse aus dem eigenen Kundeninformationssystem. Die Teilnehmer lernen anhand praktischer Beispiele, Produkt- und Servicekonzepte, Marketingstrategien, Einführungskampagnen neuer Produkte, Produktlinien und Sortimentsstrategien zu planen und umzusetzen.

Länderstrategien

Produktkonzepte sind oft länder- oder regionenspezifisch zu verfeinern und entsprechend differenziert auszuarbeiten, zu kommunizieren und zu steuern. Wie werden länderspezifische Strategien für Produkte, Marken und Produktgruppen erarbeitet? Welche Instrumente und Methoden sollen dabei eingesetzt werden?

Zielgruppenkonzepte

Die Ausarbeitung von Marketingplänen und darauf aufbauende Verkaufsunterstützung seitens des Produktmanagers hat sich an Zielgruppen zu orientieren. Differenzierten Marktsegmenten mit spezifischen Bedürfnissen sollen jeweils Produkte und Leistungen mit gezieltem Kundennutzen angeboten werden. Wie werden Zielgruppenkonzepte, basierend auf einer sinnvollen Marktsegmentierung, erarbeitet?

Verkaufs- und Vertriebskonzept

Der Produktmanager ist darauf angewiesen, dass sein Produkt von Verkauf und Aussendienst so forciert wird, wie es für den Markterfolg nötig ist. In der Regel hat er jedoch keine Linienverantwortung und somit keinen direkten Zugriff auf den Verkauf. Was ist zu tun, um die Produktstrategie via Verkauf umsetzen zu können?

Teil 2

Planung, Budgetierung

Zu den zentralen Aufgaben des Produktmanagements gehören Planung und Budgetierung. Kenntnisse der Kalkulation, der Kostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung sind dabei genauso wichtig wie etwa Gesetzmässigkeiten bei der Preisfindung und Preisdurchsetzung.

Investitionen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Um seine Produktstrategien realisieren zu können, benötigt der Produktmanager finanzielle Ressourcen. Investitionsanträge, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, geplante Payback-Perioden und Renditeaspekte sind als Entscheidungsgrundlage auszuarbeiten.

MIS und Controlling

Welche Informationen müssen von wem erfasst, wie aufbereitet und in welcher Form an wen weitergegeben werden? Wer erfasst Abweichungen frühzeitig, erarbeitet Korrekturmassnahmen und steuert deren Umsetzung? Wie handhabt der Produktmanager seine Controlling-Funktion?

Die Führungsaufgabe

Ohne meist die effektive Linienverantwortung über die Verkaufsorganisation innezuhaben, werden Produktmanager für die Produktergebnisse, z.B. Umsatz oder Gewinn, (mit)verantwortlich gemacht. Daraus entsteht eine spezielle Führungsaufgabe: eigene Ideen müssen durch Überzeugung, Akzeptanz und soziale Kompetenz durchgesetzt werden.

Mit Konflikten umgehen

Dass dabei Konfliktpotential vorhanden ist, ist selbstverständlich. Diese Konflikte sind systembedingt. Sie dürfen nicht verdrängt und es darf ihnen nicht aus dem Weg gegangen werden. Am letzten Seminartag trainieren wir daher die Fähigkeiten für eine konstruktive Konfliktbewältigung.



Teilnehmerstimmen



«Den Dozenten ist es auf sehr einfache und anschauliche Art und Weise gelungen, die Inhalte zu transportieren und hierbei viele Ansätze für die eigene praktische Arbeit zu liefern – vielen Dank!»

«Sehr lebendig, gute Inhalte, breite Basis. Wird mir bei meiner persönlichen und beruflichen Entwicklung weiterhelfen. Weiter so!»

«Ich war sehr erstaunt, wie komplex und vielschichtig der Produktmanager agieren kann. Ich bin gespannt, wie schnell und wie viel ich in Zukunft umsetzen und anwenden kann.»

«Sehr professioneller Lehrgang in angenehmer Atmosphäre. Kann ich uneingeschränkt weiterempfehlen und komme gerne selber wieder!»

«Aufgrund der praxisorientierten Lehrinhalte sowie der angenehmen Anzahl an Seminarteilnehmern war der Lehrgang ein voller Erfolg für mich. Sehr zu empfehlen!»

Seminarerdaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
90424	1. Teil St. Gallen	02. - 05.09.2024
	2. Teil Davos	11. - 14.11.2024
90524	1. Teil Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
90125	1. Teil Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 03.04.2025
90225	1. Teil Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil Wildhaus	23. - 26.06.2025
90325	1. Teil Davos	31.03. - 03.04.2025
	2. Teil Wildhaus	23. - 26.06.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



SGMI  **DIPLOM**
PRODUKTMANAGEMENT

Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd03

Marketing & Verkauf-Lehrgang

8-tägiger Intensivlehrgang in zwei Teilen mit dem Ziel, die Entwicklung einer Marketing-Strategie, deren Verdichtung im Marketing-Mix und Überführung in ein Verkaufskonzept bis hin zur Umsetzung im Verkauf systematisch aufzuzeigen und zu trainieren. Geeignet für Marketingleiter, Verkaufsleiter, Führungskräfte, Bereichsverantwortliche und Spezialisten aus allen Funktionsbereichen,

- ▶ die eine systematische Gesamtdarstellung der wichtigen Themen aus Marketing und Verkauf in konzentrierter Form erlernen oder vertieft trainieren wollen.
- ▶ die ihre Kompetenz bezüglich Kundenorientierung, Marketing- und Verkaufsmanagement steigern wollen.

Konzept

Besser sein als andere ist gerade in intensiven Wettbewerbssituationen der Schlüssel zum Erfolg. Dieses «Besser» bezieht sich dabei in den wenigsten Fällen auf echte objektive Produktvorteile. Meist sind es subjektive, vom Kunden wahrgenommene Nutzenvorteile, die zu einer Differenzierung und Alleinstellung am Markt führen: bessere Servicekonzepte, kundenfreundlichere Problemlösungen, die bessere Marke, raschere Lieferfähigkeit, mehr Vertrauen und so weiter. Diese Erfolgspositionen werden im Marketing-Konzept festgelegt und durch entsprechende Marketing-Massnahmen im «Marketing-Mix» umgesetzt. Der Wettbewerb von Unternehmen, Geschäften und Marken wird dann zu einem Wettbewerb der Marketing-Konzepte. Gewinner ist, wer das bessere Marketing hat. Im ersten Teil lernen Sie, die besseren Marketing-Konzepte zu erarbeiten und umzusetzen.

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. Wie dabei vorgegangen wird, ist Inhalt des zweiten Teils des Lehrgangs.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Marketing-Grundlagen, Marketing-Ziele

Kundenorientierung, Kundennutzen und daraus resultierender Markterfolg sind die zentralen Anliegen des modernen Marketing-Managements. Die Umsetzung dieser Marketing-Kultur (Customer focus) wird am ersten Seminartag praxisnah behandelt.

Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen

Die Qualität des eigenen Marketings ist immer relativ. Relativ im Vergleich zu dem, was die Kunden wollen, und relativ im Vergleich zu dem, was die Konkurrenten können. Markt- und Konkurrenzanalysen haben daher die Basisinformationen für die Marketing-Strategie zu liefern.

- ▶ Kunden-, Konsumenten- und Verbraucheranalysen
- ▶ Analyse von Kaufentscheidungsprozessen
- ▶ Marktpotentiale und Marktgrößen
- ▶ Der neue Kunde, neue Medien

Marketing-Strategie

Inhalt, Aufbau und wesentliche Elemente einer Marketing-Strategie werden am dritten Seminartag behandelt.

- ▶ Corporate Identity
- ▶ Strategische Segmentierung
- ▶ Image- und Markenpolitik
- ▶ Preis-Leistungs-Strategien?

Produkt-Markt-Konzept

Die Vertiefung und Konkretisierung der Marketing-Strategie erfolgt im Produkt-Markt-Konzept. Anhand vieler Beispiele lernen die Teilnehmer, Produkt- und Servicekonzepte, Markt- und Zielgruppenkonzepte zu erarbeiten. Sie beschäftigen sich mit Fragen des Innovationsmanagements, des Aufbaus neuer Ländermärkte und der Internationalisierung. Sie simulieren Markteintrittskonzepte und lernen die Erfolgsfaktoren, auf die es letztlich ankommt.

Absatzkonzept

Im Absatzkonzept wird der Verkauf konzeptionell ausgerichtet:

Welche Vertriebskanäle? Welches Verkaufssystem, vom Hard-selling-Ansatz bis zum System- oder Problemlösungsverkauf?

Mit welchem «Corporate Design» und welchem Kommunikationskonzept sollen die eigenen Erfolgspotentiale am Markt profiliert werden?

Online Marketing

Ein ganzheitliches Marketing-Konzept ist erst dann vollständig, wenn auch die aktuellsten Erkenntnisse aus dem Feld des Online Marketings darin eingeflossen sind. Welche Online Kanäle sind Erfolg versprechend? Wie können Kundenbeziehungen durch die digitalen Medien nachhaltig gestärkt werden? Und wie lassen sich all diese Massnahmen in bestehende Marketing-Konzepte integrieren?

Teil 2

Das Verkaufskonzept

Der zweite Teil des Lehrgangs beschäftigt sich mit der Frage:

«Wie wird aus guten Konzepten ein guter Verkaufserfolg?» Gelingt es, jene Verkaufsstärke aufzubauen und umzusetzen, die für das Erreichen von Umsatz- und Ergebniszielen einerseits, Kundenzufriedenheit andererseits ausschlaggebend ist? Aufgabe des Verkaufskonzeptes ist es, diese verkäuferische Stärke auf- und auszubauen, um

- ▶ die Potenziale bestehender Kunden besser zu nutzen,
- ▶ die gezielte Akquisition von Neukunden zu ermöglichen,
- ▶ den Verlust an Kundenbeziehungen dank Kundenzufriedenheits-Management möglichst klein zu halten,
- ▶ die neuen Medien als zusätzlichen Absatzkanal zu verstehen.

Die Produktivität des Aussendienstes ist dabei durch ein gekonntes Verkaufsmanagement laufend zu steigern.

Verkaufserfolg ernten

Nur wer jede Phase des Verkaufsprozesses aktiv steuert, wird überdurchschnittlichen Verkaufserfolg ernten. Die Teilnehmer lernen, den Verkaufsprozess für unterschiedlichste Verkaufskonzepte darzustellen und die zentralen Elemente des Verkaufserfolges, pro Phase, zu erkennen.

Key-Account-Management

Schlüsselkunden müssen anders betreut werden, mit anderen Konzepten, mit geeigneten Key-Account-Strukturen, mit anderen Fähigkeiten. Die Gesetzmässigkeiten des erfolgreichen Key-Account-Managements werden anhand praktischer Beispiele geübt.

Verkaufscontrolling, Verkaufsführung, Kommunikation

- ▶ Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- ▶ Die Bedeutung der Führungsleistung für den Verkaufserfolg
- ▶ Power Selling
- ▶ Innovative Verkaufskommunikation

Seminar­daten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
95424	1. Teil St. Gallen	02. - 05.09.2024
	2. Teil St. Gallen	04. - 07.11.2024
95524	1. Teil Horn/St. Gallen	25. - 28.11.2024
	2. Teil St. Gallen	19. - 22.05.2025
95125	1. Teil Brunnen	20. - 23.01.2025
	2. Teil St. Gallen	19. - 22.05.2025
95225	1. Teil Davos	31.03. - 03.04.2025
	2. Teil St. Gallen	19. - 22.05.2025

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen



«Die wesentlichen Elemente und Werkzeuge wurden lebhaft und didaktisch hochwertig vermittelt. Der Praxisbezug ist zu jeder Minute gegeben.»

«Sehr dichtes Programm, mit viel Engagement dargelegt. Überzeugt haben mich vor allem der ganzheitliche Ansatz und der Praxisbezug.»

«Wissen auf den Punkt gebracht! Es ist meiner Meinung nach nicht möglich, innerhalb von zwei Wochen mehr Wissen zu vermitteln. Danke dafür!»

«Spannende Tage aus vielerlei Gründen. Marketing abseits von „nur Theorie“ mit einer ordentlichen Prise Praxis.»

«Die praxisorientierte Vermittlung der anspruchsvollen Seminarinhalte verbunden mit den vielfältigen Möglichkeiten des Austausches mit den anderen Seminarteilnehmern machen die SGMI-Seminare zu einem wesentlichen Baustein der Management-Weiterbildung.»



SGMI  **DIPLOM**
MARKETING & SALES

Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd01 bzw. www.sgmi.ch/smd02

Das Seminar vermittelt modernstes Verkaufsmanagementwissen, untermauert durch viele praktische Übungen und Fallbeispiele für Führungskräfte und Stabsmitarbeiter aus Verkauf, Vertrieb, Marketing, Kunden-, Produkt- und Marktmanagement, Werbung, Marktforschung.

Konzept

Im Verkauf zeigen sich die Qualität der Strategie und die Griffigkeit des Marketingkonzeptes: Kann das, was die Geschäftsleitung will, auch tatsächlich umgesetzt werden? Greift der Kunde jene Marktleistungen, die wir für ihn erdacht haben, begeistert auf? Oder hält er uns für austauschbar und zwingt uns in einen gnadenlosen Preiskampf? Im Verkauf zeigt sich auch, ob unsere Organisationsstrukturen der Kundenlogik entsprechen und unsere Prozesse wirklich den Kunden- und Wettbewerbsanforderungen genügen.

Der Verkauf ist also die Nagelprobe für alle Konzepte: Strategien, Struktur, Prozesse, Führung, finanzielle Steuerung und Marketingkonzepte nützen nichts, wenn der Erfolg im Verkauf nicht stimmt.

Themenschwerpunkte

Verkauf als Teil der ganzheitlichen Unternehmensführung

- ▶ Die Rolle des Verkaufs im Rahmen der Unternehmensführung
- ▶ Verkauf als zentrale Funktion
- ▶ Verkauf als Philosophie
- ▶ Integration des Verkaufs als Bestandteil einer modernen Marketingkultur

Die Verkaufspolitik neu gestalten

- ▶ Vorausschauendes Bewältigen von Strukturwandel, Preiskampf, Verdrängungswettbewerb
- ▶ Entwicklung vom Produktverkäufer zum Anbieter von Servicekonzepten und Problemlösungen
- ▶ Vom Einfachen zum Komplexen
- ▶ Vom Lieferanten zum Systempartner
- ▶ Forcieren der Wertschöpfungsintensität
- ▶ Verkaufserfolg dank Orientierung am Kundennutzen

Die Verkaufsstrategie umsetzen

- ▶ Instrumente und Methoden einer Verkaufsstrategie
- ▶ Kundenbedürfnisse analysieren
- ▶ Marktsegmentierungsmodelle und ihre Bedeutung
- ▶ Portfolio-Management im Verkauf
- ▶ Zentrale Analysen, empirische Erkenntnisse
- ▶ Optionen und Varianten bei der Formulierung der Verkaufsstrategie
- ▶ Erarbeiten der Verkaufsstrategie anhand strukturierter Tools aus der Unternehmensberatungs-Praxis

Kernelemente eines Verkaufskonzeptes

- ▶ Die Potenziale bestehender Kunden besser nutzen
- ▶ Die gezielte Akquisition von Neukunden ermöglichen
- ▶ Den Verlust an Kundenbeziehungen dank Kundenzufriedenheits-Management möglichst klein halten
- ▶ Online Marketing als zusätzlichen Verkaufskanal einsetzen

Wie wird ein griffiges Verkaufskonzept erarbeitet?

- ▶ Strategische Positionierung eines Produkt-/ Marktsegmentes
- ▶ Verkaufsprozess: Von der Marktpräsenz zum Markterfolg
- ▶ Kernkompetenzen und Schlüsselfaktoren im Verkauf
- ▶ Den Verkaufserfolg konzeptionell vorspüren
- ▶ Die Bedeutung der Verkaufsschienen

Key Account Management

- ▶ Die Gesetze eines erfolgreichen Key Account Managements
- ▶ Aufgaben und Methoden des modernen Key Account Managements

Verkaufscontrolling, Verkaufsführung

- ▶ Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- ▶ Business-Plan: Das Verkaufskonzept quantifizieren
- ▶ Organisation der Verkaufs- und Vertriebsabteilung: Neue Strukturformen für mehr Schlagkraft am Markt
- ▶ Warum Verkaufskonzepte in der Praxis scheitern
- ▶ Das Implementierungsmodell

Erfolg dank Verkaufsstärke und Kommunikation

- ▶ Power Selling
- ▶ Werbekonzepte im Verkauf
- ▶ Innovative Kommunikationsstrategien

Seminarerdaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
72124	Hallwilersee	10. - 13.06.2024
72024	Brunnen	02. - 05.09.2024
72224	St. Gallen	04. - 07.11.2024
72125	St. Gallen	19. - 22.05.2025

Seminargebühr*: CHF 4900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Finanzen, Controlling

- 80 | St. Galler Finanzmanagement-Seminar
- 81 | St. Galler Finanzprogramm
- 82 | Finanzielle Unternehmensführung
- 83 | Management-Kompetenz im Finanz- und Rechnungswesen
- 84 | Controlling für Manager



St. Galler Finanzmanagement-Seminar

Intensiv-Seminar auf Executive- und General-Management-Ebene zu den wichtigsten Aspekten und Trends der finanziellen Steuerung und des Finanzmanagements.

Konzept

Jede ergebnisverantwortliche Führungskraft beeinflusst mit ihren Entscheidungen finanzwirtschaftliche Grössen und wird zusätzlich zu strategischen und marktbezogenen Erfolgen an finanzwirtschaftlichen Resultaten gemessen. Aktionäre, Gesellschafter, Bankenvertreter und Analysten erwarten steigende Gewinne, Cash-flow, Free Cash-flow, Eigenkapitalrenditen und bei börsenkotierten Firmen, steigende Aktienkurse und Dividenden. Der Druck auf das Management zwingt so jeden Ergebnisverantwortlichen, die Steuerungsmechanismen und Instrumente des Finanzmanagements zu beherrschen.

Themenschwerpunkte

Finanziellen Überblick schaffen

- ▶ Jahresabschluss und Financial Reports durch Auswahl geeigneter Kennzahlen analysieren
- ▶ Cash-flow-Analyse, Performance-Messung
- ▶ Stimmen Budgetierung, Planung und Controlling?
- ▶ Kosten-/Volumen-/Gewinnanalysen

Steuerungsfaktoren für Gewinn und Rentabilität beherrschen

- ▶ Performance Drivers
- ▶ Gewinn und Rentabilität steigern: Wie vorgehen?

Kostenmanagement

- ▶ Kostentreiber kennen und steuern
- ▶ Mehr Komplexität – mehr Kosten!
- ▶ Die strategische Kostenposition definieren

Investitionsanträge prüfen

- ▶ Wie sind Investitionsanträge einzureichen?
- ▶ Wie werden Investitionsanträge geprüft?
- ▶ Gefahren für finanzielle Zielerreichung erkennen

Unternehmensbewertung

- ▶ Auswahl und Bestimmung der relevanten Daten
- ▶ Bewertungsmethoden im Überblick
- ▶ Discounted Cash-flow-Methode (DCF)

Akquisitionen

- ▶ Auswahl und Bewertung von Akquisitionen
- ▶ Akquisitionen als Instrument des Portfolio-Managements
- ▶ Prüfung möglicher Akquisitionskandidaten: Vorgehen
- ▶ Wertberechnung: Methoden und Praxisaspekte

Fusionen

- ▶ Synergien durch Fusionen und Allianzen nutzen
- ▶ Synergieeffekte analysieren, Synergieeffekte bewerten
- ▶ Post-Merger-Syndrom

Sanierung und Turnaround

- ▶ Die Sanierungsfähigkeit belegen, das Sanierungskonzept
- ▶ Den Turnaround schaffen

Finanzierung sicherstellen

- ▶ Konsequenzen strategischer Entscheidungen
- ▶ Alternative Finanzierungskonzepte, Vor- und Nachteile
- ▶ Financial Engineering
- ▶ Finanzierung von starkem Umsatzwachstum
- ▶ Going Public (IPO)/Management Buy-out

Finanzielle Ziele und Wertsteigerung erreichen

- ▶ Planung von internem Wachstum bei gleichzeitiger finanzieller Stabilität und Rentabilität
- ▶ Die Shareholder-Value-Logik
- ▶ Optionen zur Steigerung des Shareholder-Values
- ▶ Fallstricke und Grenzen
- ▶ Wirkung des Economic-Value-Added-Konzeptes (EVA)
- ▶ Corporate Governance

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens08

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
73224	Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
73324	St. Gallen	25. - 28.11.2024
73125	St. Gallen	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 5500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das 2-mal 4-tägige «St. Galler Finanzprogramm» vermittelt erfahrenen Führungskräften ein solides Verständnis des modernen «Corporate Finance». Es zeigt, welche Kraft und Erfolgsgeschwindigkeit in finanziellen Entscheidungen stecken. Es bietet Beispiele zu den Finanzkonzepten weltbesten Unternehmen. Und es erlaubt speziell Führungskräften von nicht Finanzbereichen, ihre eigene finanzielle Führungsverantwortung bewusster und erfolgsgerichteter wahrzunehmen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Führen mit Kennzahlen

- ▶ Welche Kennzahlen erlauben eine Reduktion der finanziellen Führungsaufgabe auf das Wesentliche?
- ▶ Kennzahlenanalyse

Controlling

- ▶ Was ist zu steuern, um die finanzielle Führung effektiv wahrnehmen zu können?
- ▶ Welche Controlling-Instrumente sind dafür nötig und zeigen sie Abweichungen rechtzeitig auf?

Gewinnziele und Gewinnplanung

- ▶ Wie ehrgeizige, aber aus Geschäfts- und Marktlogik abgeleitete und somit plausible Gewinnziele festgelegt werden
- ▶ Hebel und Massnahmen zur Ergebnissteuerung
- ▶ Den auf die Schwankungslogik des Geschäfts abgestimmten Break-even-Punkt vorgeben

Kapitaleinsatz

- ▶ Kapitalbindung als «Rendite-Killer»
- ▶ Kapitaleinsatz als strategischer Wettbewerbsvorteil

Wertschöpfungstiefe

- ▶ In- oder Outsourcing?
- ▶ Kostenvariabilisierung

Liquiditätssteuerung

- ▶ Wie viel Liquiditätsreserve sein muss
- ▶ Instrumente zur Liquiditätssteuerung

Rendite- und Wert-Management

- ▶ Einflussfaktoren auf Rendite und Unternehmenswert
- ▶ Massnahmen zur Rentabilitätssteigerung
- ▶ Massnahmen zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung

Investitionsrechnung

- ▶ Die wichtigsten Methoden
- ▶ Praxis und Beispiele

Teil 2

Bewertung von Unternehmen und Unternehmensteilen

- ▶ Die wichtigsten Bewertungsmethoden
- ▶ Vorgehensweise und Fallbeispiele

Mergers & Acquisitions

- ▶ Unternehmen und Unternehmensteile zukaufen
- ▶ Zukauf von Grösse, wirklichen oder vermeintlichen Synergien und Erfahrungseffekten

Kapitalkosten und Finanzierung

- ▶ Berechnung der Kosten des Kapitals
- ▶ Moderne Formen der Finanzierung prüfen
- ▶ Finanzierung innovativer Geschäfte

Sanierung und Turnaround

- ▶ Das Sanierungskonzept
- ▶ Den Turnaround schaffen

Unternehmenswert steigern

- ▶ Möglichkeiten und Grenzen
- ▶ Messgrössen und Konzepte im Sinne des Economic Value-Added-Ansatzes (EVA)

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
45224	1. Teil Wildhaus	17. - 20.06.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
45324	1. Teil St. Gallen	19. - 22.08.2024
	2. Teil Horn/St. Gallen	16. - 19.09.2024
45424	1. Teil St. Gallen	19. - 22.08.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
45524	1. Teil Davos	23. - 26.09.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
45624	1. Teil Davos	04. - 07.11.2024
	2. Teil St. Gallen	25. - 28.11.2024
45724	1. Teil Davos	04. - 07.11.2024
	2. Teil St. Gallen	31.03. - 03.04.2025

Seminargebühr*: CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Finanzielle Führung

Seminar für Führungskräfte aus allen Bereichen, die keine Spezialisten des Finanz- und Rechnungswesen sind, jedoch für Umsatz-, Gewinn- oder -Renditeziele Verantwortung tragen und Zahlen in Erfolg umwandeln wollen.

Konzept

Finanzwirtschaftliche Resultate sind nicht einfach Grössen, die am Ende des Jahres «unter dem Strich» übrig bleiben. Die finanziellen Ergebnisse eines Unternehmens müssen geplant, aktiv gesteuert und deren Wirkung einem Controlling unterzogen werden. Das Seminar vermittelt systematisches, praxisnahes Wissen über die wichtigen Instrumente der finanziellen Unternehmensführung sowie der Rendite- und Ergebnissteuerung. Übungen und kleinere Fallstudien helfen, die einzelnen Stoffbausteine mit Hilfe von Tools und Simulationen umsetzungsorientiert zu vertiefen und für das eigene Unternehmen nutzbar zu machen.

Teilnehmende des Seminars sind z. B. Ergebnisverantwortliche, Bereichs- und Abteilungsleiter, Profit-Center- und Projekt-leiter sowie Nachwuchsführungskräfte, die sich in einem Intensivtraining die Grundlagen und Zusammenhänge der finanziellen Unternehmensführung systematisch und praxisorientiert aneignen wollen, um ihre Aufgabe besser lösen zu können und in finanzwirtschaftlichen Fragestellungen fundiertes Wissen einbringen können.

Themenschwerpunkte

Finanzielle Führung im Überblick

- ▶ Die finanzielle Führungsaufgabe im Rahmen der ganzheitlichen Unternehmensführung
- ▶ Instrumente und Methoden zur Steuerung von Rendite, Ergebnis, Cash-flow, Liquidität, Shareholder Value
- ▶ Übergeordnete Ziele als Vorgaben

Instrumente zur Steuerung

Wie sind einzelne Instrumente einzusetzen, um die finanziellen Belange eines Unternehmens «im Griff» zu haben?

- ▶ Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen und Financial Reports verstehen und nutzen
- ▶ Die Bilanzierungsrichtlinien im Überblick
- ▶ Finanzielle Führung mit Kennzahlensystemen
- ▶ Kennzahlen verstehen und analysieren
- ▶ Mittelflussrechnung (Cash-flow Rechnung)

Renditeorientierung und Renditeoptimierung

Kapitalgeber denken in Renditekategorien. Sie erwarten eine – unter Berücksichtigung des Risikos – angemessene Rendite. So resultieren Vorgaben bezüglich Eigenkapital-Rendite, die für das Management normativen Charakter erhalten.

- ▶ Auswirkungen von Zielsetzungen zur Eigenkapital-Rendite auf unternehmerische Entscheidungen
- ▶ Massnahmen zur Verbesserung von Eigen- und Gesamtkapital-Renditen, Leverage-Effekt

Finanzielle Resultate erbringen

Wer die Verantwortung für ein Unternehmen oder Teile davon trägt, muss Resultate erbringen. Wie werden diese Resultate bewirkt?

- ▶ Liquidität sicherstellen: Wie vorgehen?
- ▶ Gewinn, Cash-flow bzw. Ergebnisbeitrag steigern: Möglichkeiten, Konzepte und schrittweises Vorgehen
- ▶ Rentabilitätsziele erreichen: Einflussfaktoren und zielführende Massnahmen

Planung und Budgetierung

- ▶ Aufbau eines effektiven Planungs- und Budgetierungssystems
- ▶ Harmonisierung von Budget und Strategie
- ▶ Trends in der Budgetierung, Beyond Budgeting und rollierende Planung

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

- ▶ Investitionsplanung
- ▶ Bewertung von Investitionsvorhaben durch Einsatz der wichtigsten Methoden zur Investitionsrechnung
- ▶ Statische versus dynamische Investitionsrechnungsmethoden



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/71

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens09

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
74324	Wildhaus	17. - 20.06.2024
74424	St. Gallen	19. - 22.08.2024
74524	Davos	23. - 26.09.2024
74624	Davos	04. - 07.11.2024
74125	Wildhaus	20. - 23.01.2025
74225	Brunnen	07. - 10.04.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

8-tägiger Lehrgang in 2-mal 4 Tagen für Führungskräfte, die ihre Kompetenz in den wichtigsten Kernthemen des Finanz- und Rechnungswesens steigern und damit über das notwendige Rüstzeug verfügen wollen, um in finanzwirtschaftlichen Fragestellungen die Abhängigkeit von Spezialisten reduzieren zu können.

Konzept

Sie beantragen Investitionsentscheidungen, beeinflussen Kostenstrukturen und Kapitaleinsatz. Sie sollten Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnung verstehen und – last, but not least – wissen, mit welchen Massnahmen finanzielle Ziele wie ROI, EBIT, ROE usw. erreicht werden können. Klar, dass die nötigen Grundlagen, Reports und Zahlen dazu vom dafür ja zuständigen Finanz- und Rechnungswesen/Controlling geliefert werden. Damit alleine ist es jedoch nicht getan. «Liefern» bedeutet nicht, die Verantwortung zu tragen. Die Verantwortung für den finanziellen Erfolg ist einzig und alleine eine Sache der dafür zuständigen Führungskräfte. Sie ist nicht delegierbar und muss auch von Führungskräften ohne profunde Aus- und Weiterbildung in diesem Spezialgebiet wahrgenommen werden.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Die Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens

- ▶ Die wichtigsten Begriffe des Finanz- und Rechnungswesens
- ▶ Zusammenhänge finanzwirtschaftlicher Ziele

Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Managementreports

- ▶ Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Managementreports verstehen
- ▶ Informationsauswertung durch Kennzahlenanalysen
- ▶ Schwachstellen und Ungereimtes rasch erkennen

Aufwand und Erlöse planen

- ▶ Die Planung als zentrales Element für Erfolg
- ▶ Strategien, Konzepte und Unternehmensziele in konsistente Pläne überführen
- ▶ Liquidität, Ertragskraft und Renditen planen

Pläne in Budgets überführen

- ▶ Der Planungs- und Budgetierungsprozess
- ▶ «Richtige» Budgets als motivierende Leistungsvorgabe
- ▶ Beyond Budgeting

Finanzierung des Geschäfts

- ▶ Strategische Entscheidungen und Finanzierungsmöglichkeiten
- ▶ Wieviel Kapital braucht das Unternehmen?
- ▶ Leverage-Effekt: Weniger Kapitaleinsatz – höhere Rendite?

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

- ▶ Investitionsplanung
- ▶ Methoden der Investitionsrechnung
- ▶ Beispiele und Praxis aus Investitionsprojekten

Teil 2

Controlling im Überblick

- ▶ Ganzheitliches Controlling-Verständnis
- ▶ Controlling-Systeme, -Methoden und -Grundbegriffe

Kostenrechnungssysteme

- ▶ Zusammenhänge erkennen und verstehen
- ▶ Vollkostenrechnung versus Teilkostenrechnung
- ▶ Einsatz der Deckungsbeitragsrechnung als Basis für Preiskalkulationen
- ▶ Soll-Ist-Vergleiche und Frühwarnsysteme
- ▶ Break-even-Analysen

Gewinnpotenziale erkennen

- ▶ Wie wird das Gewinnpotenzial eines Geschäftes erkannt?
- ▶ Durch welche strategischen und operativen Massnahmen kann das Gewinnpotenzial gesteigert werden?
- ▶ Unternehmenswert steigern
- ▶ Strategisches Controlling

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
96324	1. Teil	Wildhaus	17. - 20.06.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
96424	1. Teil	St. Gallen	19. - 22.08.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
96524	1. Teil	Davos	23. - 26.09.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
96624	1. Teil	Davos	04. - 07.11.2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
96724	1. Teil	Davos	04. - 07.11.2024
	2. Teil	Brunnen	19. - 22.05.2025
96125	1. Teil	Wildhaus	20. - 23.01.2025
	2. Teil	Brunnen	19. - 22.05.2025

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Intensiv-Seminar zu den Grundlagen und Zusammenhängen eines führungsorientierten Controllings für Führungskräfte aus allen Bereichen, Geschäftsführer, Bereichs- und Abteilungsleiter, Profit Center- und Projektleiter.

Konzept

Das Seminar behandelt die wichtigsten Controlling-Themen im Sinne einer systematischen und praxisorientierten Aufbereitung der wesentlichsten Inhalte, um den Teilnehmern das notwendige Wissen und die entsprechende Sicherheit zu geben, ihre Controlling-Aufgaben besser angehen und schliesslich lösen zu können. Dabei liegt der Fokus auf die Vermittlung eines Grundverständnisses der Gesamtzusammenhänge im Controlling zur Absicherung des Unternehmens-, Abteilungs-, Profit Center- oder Projekterfolgs. Durch die vielen inhaltlichen Impulse sollen die Teilnehmer schliesslich ihre Abhängigkeit zu den Spezialisten verringern und damit ihre Position stärken können.

Themenschwerpunkte

Controlling als Problemlösungsansatz und Erfolgsfaktor für Unternehmen

- ▶ Controlling als Teil des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes
- ▶ Controlling-Systeme, Controlling-Methoden

Controlling im Sinne der finanziellen Unternehmensführung

- ▶ Einordnung in die finanzielle Führungsverantwortung
- ▶ Aufgaben und Rolle des Controlling
- ▶ Klärung der Grundbegriffe

Betriebliches Rechnungswesen

- ▶ Merkmale, Aufgaben und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnungen
- ▶ Vollkosten- und Teilkostenrechnungen
- ▶ Die Prozesskostenrechnung
- ▶ Kalkulationssysteme mit Grenzkosten und Deckungsbeiträgen
- ▶ Die Management-Erfolgsrechnung
- ▶ Soll-Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen
- ▶ Frühwarnsysteme
- ▶ Break-even-Analysen

Modernes Berichtswesen (Reporting)

- ▶ Fact-book als Führungsinstrument
- ▶ Management-Informationssysteme (MIS)
- ▶ Cockpit-Management

Controlling und Management

- ▶ Organisatorische Aspekte des Controllings
- ▶ Der Controller als Business Consultant
- ▶ Die Führungsrolle des Controllers

Gewinnmanagement

Ergebnisoptimierungsprogramme können an verschiedenen Stellen im Unternehmen angesetzt werden. Systematisch und umfassend werden die Möglichkeiten aufgezeigt, wie aktives Gewinnmanagement auf verschiedenen Unternehmensebenen betrieben werden kann.

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

Wertorientiertes Controlling

Das Controlling sollte nicht auf den Aspekt der vergangenheitsorientierten Zahlenaufbereitung reduziert werden, sondern einen wichtigen Beitrag an die wertorientierte Unternehmensführung leisten.

- ▶ Unternehmensbewertung als Basis des wertorientierten Controllings
- ▶ Methoden der Unternehmensbewertung
- ▶ Massnahmen zur nachhaltigen Wertsteigerung

Strategisches Controlling

- ▶ Aufbau von strategischen Controlling-Instrumenten
- ▶ Die Balanced Scorecard (BSC) als Instrument zur Operationalisierung von Strategien
- ▶ Performance Controlling

Seminarinformationen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
78124	Wildhaus	03. - 06.06.2024
78224	Horn/St. Gallen	11. - 14.11.2024
78125	Brunnen	19. - 22.05.2025

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



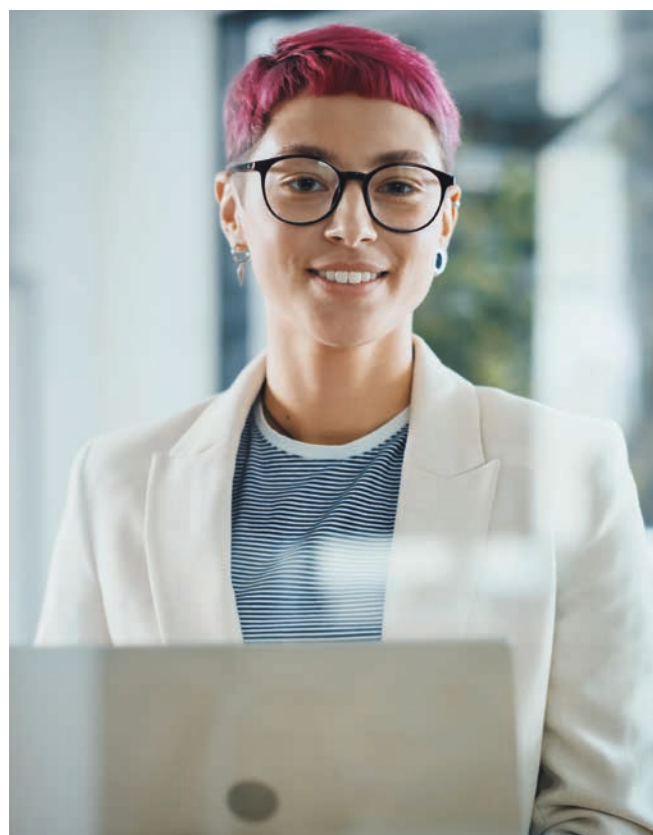
Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.





Digital Business Transformation & Innovation

- 86 | Digital Business Transformation
- 88 | Leading Digital Transformation
- 88 | Unlocking Speed & Innovation in a Digital Age
- 88 | HR in a Transforming World
- 88 | Digital Transformation for Board Members



Digital Business Transformation

Kompaktseminar zu den aktuellsten Fragestellungen aus der digitalen Unternehmenswelt. Speziell geeignet für Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung sowie für Führungskräfte aus allen Bereichen, welche die digitale Business Transformation im Unternehmen vorantreiben und begleiten.

Konzept

Der digitale Wandel verändert ganze Wertschöpfungsketten und ruft nach neuen Geschäftsmodellen. Ganze Märkte werden digital. Neue, teils disruptive Business Modelle entstehen und stellen etablierte Marktteilnehmer vor nie da gewesene Herausforderungen. Entsprechend ist das Thema Digitalisierung mittlerweile zu einem festen Bestandteil auf der Management-Agenda geworden. Als Konsequenz daraus ist es für Verantwortliche digitaler Transformationsprozesse von grösster Wichtigkeit, die aktuellen tektonischen Verschiebungen und die treibenden Kräfte dahinter zu verstehen. Sie sollen in der Lage sein, Bedrohungen und Opportunitäten zu erkennen, den Unterschied zwischen Diversifizierung und Skaleneffekten zu verstehen, sich in komplexen Umgebungen zurechtzufinden sowie das Unternehmen durch die Transformation zu navigieren. Und schliesslich geht es darum – und das ist wohl einer der wichtigsten Faktoren – die Menschen in der Organisation mitzunehmen. Denn eines ist klar: bei der digitalen Transformation geht es vor allem auch darum, die Menschen in (und durch) eine zunehmend ungewisse Zukunft zu führen und ihnen ein Umfeld zu bieten, in dem sie ihre bestmöglichen Leistungen erbringen können. Das viertägige Seminar geht demzufolge in einer ganzheitlichen Art und Weise der Fragen nach, wie die Chancen der digitalen Transformation genutzt werden können und welche Hindernisse und Gefahren dabei zu beachten sind. Berücksichtigt wird dabei sowohl die Sicht nach aussen wie konsequenterweise auch die Transformation nach innen. Auf der einen Seite gilt es, die neuen Kundenbedürfnisse und die technologischen Möglichkeiten mit innovativen Lösungen zu nutzen. Andererseits werden Wege aufgezeigt, wie digitales Leadership den Wandel zum agilen Unternehmen nach innen ermöglicht.

Themenschwerpunkte

Die digitale Welt

Zunächst und vor allem geht es um den Aufbau einer Sensibilität und eines grundlegenden Bewusstseins, in welche Richtungen uns der digitale Wandel bringen kann, welche Gedanken und Strömungen dahinter stehen und welche Auswirkungen diese auf die Arbeitsweise eines Unternehmens haben können. Es wird der Frage nachgegangen, in welcher Form gross angelegte Netzwerke und Plattformen sowie neue Technologien die Art und Weise, wie wir über Organisationen und Geschäftsmodelle denken, verändern werden. Und dies sowohl auf einer organisatorisch unternehmerischen Ebene wie auch auf einer verhaltensorientiert individuellen Ebene.

- ▶ Digitale Trends und Entwicklungen
- ▶ Neue Technologien und ihre Auswirkungen auf Produkte und Dienstleistungen
- ▶ Digitales Öko-System
- ▶ Das Kundenverhalten der Zukunft
- ▶ Die Bedeutung von künstlicher Intelligenz für zukünftige Geschäftsmodelle
- ▶ Die KI-(R)Evolution

Digital Readiness

Der Aufbau eines massgeschneiderten Transformations- und Prozessdesigns unter Beibehaltung der Ausgewogenheit zwischen Potenzial, Machbarkeit und Fokussierung ist für den Erfolg von digitalen Geschäftsmodellen entscheidend. Die dafür notwendige Analysearbeit soll einerseits ermöglichen, verschiedene komplexe Perspektiven einzunehmen und andererseits auch spezifisch und genügend flexibel sein, um schnelle Verschiebungen im Umfeld rechtzeitig erkennen und berücksichtigen zu können. Eine ganzheitliche und laufende Einbindung aller Stakeholder-Gruppen bei der Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle kann damit ermöglicht werden.

- ▶ Success stories: Erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle
- ▶ Branchen- und Unternehmensunterschiede in Bezug auf den Grad der Digitalisierung
- ▶ Integration digitaler Lösungen im eigenen Leistungsportfolio
- ▶ Einbindung der Kunden und Lieferanten bei der Entwicklung von neuen Business Modellen
- ▶ Evaluation möglicher Partnerschaften und Integration von Kooperationspartnern
- ▶ Chancen und Gefahren im Zuge der Implementierung digitaler Strategien

Marketing Management im digitalen Zeitalter

Bei der Nutzung neuer, digitaler Potenziale aus Sicht von Online Marketing, Social Media und Lead Generierung stellen sich wichtige Fragestellungen aus Sicht der Kundenorientierung: Wie verändern sich Kundenanforderungen und Verhaltensweisen? Wie können Kundenprobleme gelöst werden? Wie stellen wir eine kundenorientierte Wertschöpfungskette sicher? An welchen Stellen begegnen wir dem Kunden auf seiner Customer Journey? Und wie lassen sich Kundenpotenziale im Multichannel-Marketing nutzen? Wer die Klaviatur des digitalen Marketings beherrscht, kann sich entscheidende Wettbewerbsvorteile erarbeiten. Beispiele dafür gibt es genügend.

- ▶ Digitales Marketing
- ▶ Die Kraft der Marke in den Online Marketing-Kanälen
- ▶ Customer Journey, Kundenanalyse und Kundenbindung
- ▶ Kommunikationskonzepte und Multichannel-Management

- ▶ Sharing & Weiterempfehlungs-Marketing
- ▶ Social Advertising
- ▶ Content Management

Agilität und Digital Leadership

Entscheidend für den Erfolg von digitalen Initiativen und Transformationsprozessen ist der Mindset innerhalb der Unternehmenskultur. Agilität, Flexibilität und eine offene Change-Mentalität sind dabei häufig die entscheidenden Erfolgsfaktoren. Wie kann aber eine solche Kultur des Wandels und der Offenheit entstehen? Wie motivieren wir unsere Mitarbeiter in Zeiten von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Vielschichtigkeit (VUCA und BANI)? Und welche Anforderungen müssen an die Führungskräfte gestellt werden, die eine neue Generation von Mitarbeitern in ihre Teams integrieren? Leadership im 21. Jahrhundert erfordert ganz neue Sichtweisen, Kompetenzen und Führungsmodelle.

- ▶ Die Voraussetzungen für eine offene Unternehmenskultur schaffen
- ▶ Das agile Unternehmen
- ▶ Innovation und Kollaborationskultur
- ▶ Einbindung der Mitarbeiter bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
- ▶ Aufbau digitaler Fähigkeiten
- ▶ Change Management als Katalysator für den digitalen Wandel
- ▶ Das Gleichgewicht zwischen Führung und Selbstorganisation
- ▶ Resilienz und Flexibilität im Zeitalter neuer Arbeitsmodelle
- ▶ Die Führungskraft der Zukunft
- ▶ Die Potenziale von Social Web und Digital Communities bei der Mitarbeiterbindung und Mitarbeitergewinnung



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/17

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/dbt01

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
38224	St. Gallen	11. - 14.11.2024
38125	Horn/St. Gallen	05. - 08.05.2025

Seminargebühr*: CHF 5500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme16

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Teilnehmerstimmen

«Pflichtseminar, wer sich mit Digitaler Transformation beschäftigt - uneingeschränkt zu empfehlen.»

«Tolles Seminar mit tiefen Einblicken und neuen Erkenntnissen sowie mit guten Werkzeugen, die bei der Gestaltung der Zukunft in ihrer Agilität, Komplexität und Schnelligkeit ein echter Mehrwert sind.»

«Besten Dank für ein insgesamt tolles Seminar, das seinen Mehrwert auch im Austausch zwischen den Teilnehmenden hatte.»

«Wichtige, aktuelle Inhalte wurden in der kurzen Zeit beispielhaft vermittelt. Passende Tools zur Umsetzung und tolle Impulse wurden an die Hand gegeben. Tolle Dozenten!»

«Sehr gutes Seminar mit inspirierenden Vorträgen und vielen Impulsen.»

«Die Inhalte waren hoch anspruchsvoll und haben zu jeder Zeit meine Erwartungen erfüllt und teilweise sogar übererfüllt.»

«Das Seminar vermittelte sehr kompakt und kompetent ein breites Spektrum an digitalen Themen der Zukunft.»

«Das Seminar gibt einen sehr guten Überblick in praktischer und theoretischer Hinsicht in die breite Thematik (Markt, Technik, Leadership), liefert eine Vielzahl von Strukturen und Tools zur Umsetzung im beruflichen Alltag, zeigt aktuelle Trends und ist damit sehr zu empfehlen.»

Leading Digital Transformation

This intensive four-day seminar covers the context of digital transformation, assesses the major drivers of new consumer behavior and prepares the transformation leader to guide and steer the organization through the digital transformation process.

- ▶ Driving forces and the context of digital transformation
- ▶ Future timeline and digital readiness assessment
- ▶ Digital business models
- ▶ Transformation process and design
- ▶ The connected customer
- ▶ Leading a customer-centric value chain
- ▶ Digital marketing & multichannel-marketing
- ▶ Social media & social advertising
- ▶ Agility and digital leadership
- ▶ The age of new working models
- ▶ The leader of the future
- ▶ The balance between leadership and self-organization

Program Dates (4 days)

E-20224	St. Gallen	26. - 29.08.2024
E-20125	St. Gallen	20. - 23.01.2025

Program fee*: CHF 5500.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/dbt01
 *Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Unlocking Speed and Innovation in a Digital Age

What are the capabilities needed to deliver actual results in an increasingly faster and more complex business context? This program provides the necessary tools to unlock the speed an organization needs to perform in the future and drive the digital transformation forward. The seminar focuses on innovation culture and the necessary mind-set as well as the structural setup required to deliver results.

- ▶ Driving cultural forces in the context of digital transformation
- ▶ The agile mind-set
- ▶ ‚Failing‘ as an enabler of innovation and creativity
- ▶ Lean, agile, scrum, design thinking
- ▶ Innovation constraints and innovation code
- ▶ Rapid prototyping
- ▶ Using labs
- ▶ Dancing with start-ups
- ▶ Exponential thinking and exponential problem solving

Program Dates (3 days)

E-21224	St. Gallen	07. - 09.10.2024
E-21125	St. Gallen	10. - 12.03.2025

Program fee*: CHF 3900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/dbt02
 *Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

HR in a Transforming World

HR has a role to play in digital transformation - and it is far more critical than one thinks. Among the most important elements of successful digital transformation are culture and talent – recruitment, development and retention. Furthermore, a culture capable of handling high levels of uncertainty and increased outside pressure needs to be established.

- ▶ The digital transformation landscape
- ▶ The HR landscape
- ▶ The future role of HR
- ▶ The “how” of the digital transformation
- ▶ The future employee
- ▶ Employee experience design
- ▶ Culture design and culture development
- ▶ Purpose and principles as a cultural compass
- ▶ Tools to transfer knowledge, culture and mindset into the company

Program Dates (3 days)

E-22124	St. Gallen	13. - 15.05.2024
E-22224	St. Gallen	14. - 16.10.2024

Program fee*: CHF 3900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/dbt03
 *Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Digital Transformation for Board Members

This three-day intensive seminar for board members enhances their understanding of how external factors shape the future of the business landscape. The goal is to enable the participants to steer the company successfully through its digital transformation and to support the management team facing great opportunities and massive threats.

- ▶ The importance of data and data management
- ▶ The connected customer and the impact on innovation
- ▶ Reputation management
- ▶ A board level approach to the transformation process and its design
- ▶ Increased board level complexity in the digital age
- ▶ A boards perspective on threats and opportunities
- ▶ How to measure a successful transformation from a boards perspective
- ▶ How to stay updated in an exponentially changing world
- ▶ How to transmit knowledge and bridge the insight gap

Program Dates (3 days)

E-23124	St. Gallen	17. - 19.06.2024
E-23224	St. Gallen	02. - 04.12.2024

Program fee*: CHF 3900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/dbt04
 *Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program



Management Programs in English

IN ENGLISH

- 90 | International Management Education
- 91 | Advanced Management Program
- 92 | General Management Program
- 93 | Leadership & Change Management Program
- 94 | Leadership for Executives
- 95 | Effective Leadership
- 96 | Change Management for Leaders
- 97 | Strategic Business Management
- 98 | Strategic Management
- 99 | Strategy & Leadership for Executives
- 100 | Marketing Management
- 101 | Financial Management for Executives
- 102 | Finance & Controlling



International Management Education



The SGMI Institute of Management is a leading international business school located in St. Gallen, Switzerland. For years, SGMI has been offering world-class management development programs based on the well-known St. Gallen Management Model. SGMI offers general management seminars, functional seminars, international programs, masters degree and certificate programs as well as corporate programs.

With an ear to the market and a proven track record, SGMI works with renowned companies and boasts thousands of satisfied customers. The name SGMI stands for demanding, integrated management development and consulting services.

SGMI offers programs for senior and junior executives. Our programs draw heavily on the St. Gallen Management Model and SGMI research and deliver challenging, practice-oriented learning; participants share experience and network. In all SGMI programs, participants' management knowledge is linked with their personal business experience for powerful, lasting learning.

- ▶ General Management Seminars for Executives
- ▶ General Management Programs for Junior Managers
- ▶ Functional and Specialist Seminars
- ▶ International Programs

SGMI International

The needs of managers and companies are increasingly global. Thanks to its local presence, SGMI Institute of Management St. Gallen makes know-how available in Europe, the USA and Asia and merges the thinking approaches of various cultural spheres with holistic, system-oriented thinking from St. Gallen. Participants examine their own management concepts and actions and consider the role of their companies in global markets.

Switzerland – Germany

In our home market, we have long been one of the most renowned providers of executive education and management development programs.

Austria – Eastern Europe

With our presence in Vienna, we have an excellent base from which to serve customers and implement projects in Austria and the Eastern European countries that are growing in economic strength.

France – Spain – Italy – Scandinavia – Benelux

These countries are home to some of Europe's leading companies. SGMI is an excellent partner for strategic personnel development at the highest level.

USA

For SGMI, the dynamic US market is equally challenging and interesting. Our attractive seminar offer in Boston, Massachusetts and Fort Myers, Florida, means that we can offer unparalleled customer closeness. Leading American companies choose SGMI as their partner for management development projects because of our uncompromising – and highly appreciated – focus on customer needs.

Asia

China and India have been developing rapidly and now rank among the most important markets in the world. SGMI runs local seminars and symposia in which local representatives from economics, politics and science – each with a business focus in Asia – provide insights and information first hand. One of SGMI's central Asian locations is Japan. Japanese companies demand country- and culture-specific delivery of modern management and leadership knowledge, and they appreciate SGMI's high appreciation of other cultures.



Information and Advice

We will gladly provide you with more information about our seminars, programs and diplomas. Call us if you would like an SGMI advisor to help you make the right personal-development choice among our many courses and programs.

Phone +41 (0)71 223 50 30
Fax +41 (0)71 223 50 32
seminare@sgmi.ch
www.sgmi.ch/english



The three-part program is designed for members of the board of directors, entrepreneurs, all C-Suite positions (CEO, COO, CFO, CIO, etc.), managing directors, executive vice presidents, general managers, division heads and managers who seek to prepare for one of these positions.

Concept

The Advanced Management Program is designed for executives who seek a short sabbatical to study the fundamentals of successful business development and to reflect. Top facilitators provide the most recent management insights. Participants are guided to build analogies to their own businesses. Course content is highly practical. Sufficient time is set aside for exchange of experience and personal contacts with fellow executives from various industries. Participants are invited to address the faculty with pressing concerns from their own professional environment. The first part of the program looks at strategic management, the focal point of the executive level. The topics of unit two include financial management, mergers and acquisitions, financial leadership and controlling. Unit three will cover all the relevant topics on leadership management.

Topics

Unit 1

Strategic Management

Good strategies blend creativity, vision and feasibility. Bad strategies are utopian, unspecific and don't communicate well. Our goal is to demonstrate ways to develop concise, well communicated, future oriented strategies designed to generate better results and guarantee long-term employment.

Strategic Options

- ▶ Ways to develop promising strategic options
- ▶ Digital business transformation
- ▶ How to assess and evaluate strategic options
- ▶ How to appraise strategic options in terms of feasibility and success potential

Strategy Formulation

- ▶ Concise strategy formulation; best-practice examples
- ▶ Methods and tools for strategic planning
- ▶ Implementation of strategies

Unit 2

Performance Control in Practice

- ▶ Initiatives to increase financial performance
- ▶ Pro's and con's of the shareholder value concept
- ▶ Determining profitability goals and ways to reach them

Finance Management, Mergers & Acquisitions

Acquiring and divesting businesses, planning of mergers and financing decisions – all these transactions are the responsibility of top management. One of the most renowned lecturers in the field of financial management demonstrates in this part of the seminar how to value, acquire and divest businesses and how to apply modern financial tools.

Unit 3

Leadership Management

- ▶ The concept of integrated management
- ▶ Definition of personal leadership qualities
- ▶ Rules and basics of effective leadership?

Communication as Core Competence

- ▶ Characteristics of communication skills for leaders
- ▶ How communication motivates and drives performance
- ▶ How communication frustrates and builds barriers and rejection

Leadership Skills

- ▶ What are my personal strengths as a leader?
- ▶ What development potential do I want to use to improve personal leadership qualities?
- ▶ What changes increase performance and satisfaction of coworkers?

Program dates (3 × 4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-53224	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Lucerne	14. - 17.10.2024
	part 3 Davos	18. - 21.11.2024
E-53324	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Davos	18. - 21.11.2024
	part 3 Hallwilersee	05. - 08.05.2025
E-53125	part 1 Zurich	18. - 21.03.2025
	part 2 Hallwilersee	05. - 08.05.2025
	part 3 Davos	23. - 26.06.2025

Program fee*: CHF 14 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens01

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



General Management Program

The General Management Program is split into three courses. It is for business unit heads and business segment managers with result responsibility, heads of staff functions and project managers, engineers, technicians, lawyers, business administrators and everyone designated for one of these positions.

Concept

Integrated management competence is mandatory for managers with responsibility for results, regardless of their place in the hierarchy: single organizational units, self-reporting teams, profit centers, cost centers, product and market segments, business units or business segments. All these managers have entrepreneurial responsibility of some kind and become "intrapreneurs," entrepreneurs inside their organizations. The integrated management approach provided by this General Management Program offers the methodical knowledge required to succeed as a leader of any area of responsibility. Consequently, this program also serves managers who wish to update and broaden their managerial knowledge and management competencies. After graduating from the General Management Program, participants

- ▶ know most recent business administration knowledge,
- ▶ have an in-depth understanding of the most important concepts of integrated management and
- ▶ can apply methods and tools for implementation in their personal business environment.

Topics

Unit 1

General Management:

The Integrated Management Approach

Why is managing such a difficult task? Mainly because there are so many issues and unpredictable factors to consider. And because stakeholders have different, sometimes contradicting goals. However, there are certain meaningful criteria for high-quality management. These will be outlined methodically with the integrated management approach.

Strategy and Execution

- ▶ The strategy concept
- ▶ Business segments as planning units
- ▶ The strategic "must-analyses"
- ▶ Promising strategy options
- ▶ Methodology of strategy formulation
- ▶ Functional strategies
- ▶ Digital strategy
- ▶ Financial aspects of strategy
- ▶ Leadership, execution, implementation

Unit 2

Financial Leadership and Controlling

- ▶ Basics of financial leadership
- ▶ Understand and utilize balance sheet, profit and loss accounts and financial reports
- ▶ Cash flow statement
- ▶ Planning and budgeting
- ▶ Investments and profitability accounting
- ▶ Financing options
- ▶ Controlling systems and methods
- ▶ Performance improvement programs

Unit 3

More Efficiency with Leadership

The way a manager leads coworkers and teams directly influences the effectiveness of an organization. Motivating people is important because encouraged workers achieve better results. How important are rules? And which rules lead to above-average results? What arsenal of leadership techniques does a great leader need to intuitively master every possible situation?

- ▶ Basics of efficient leadership
- ▶ Prerequisites for successful leadership
- ▶ Developing leadership personality
- ▶ Leadership behavior, social competence
- ▶ Employee management tools
- ▶ Leading teams to success

Program dates (3 × 4 days)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
E-88324	part 1	Davos	26. - 29.08.2024
	part 2	Lucerne	07. - 10.10.2024
	part 3	Lucerne	21. - 24.10.2024
E-88424	part 1	Davos	26. - 29.08.2024
	part 2	Lucerne	21. - 24.10.2024
	part 3	D-Frankfurt	20. - 23.05.2025
E-88125	part 1	D-Cologne	17. - 20.02.2025
	part 2	D-Frankfurt	24. - 27.03.2025
	part 3	D-Frankfurt	20. - 23.05.2025

Program fee*: CHF 10 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens12

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program

Seven-day seminar over two parts for executive managers, in particular

- ▶ Top and senior managers as well as experts with management responsibility aiming to achieve above-average results with the help of their employees and teams, and improving their efficiency as a leader and coach.
- ▶ Managers with responsibility for results whose function requires a high degree of implementation and decision-making skills.

Concept

Well-managed companies are set on their course for success: Their profitability is above the industry average, attractive future fields can be occupied in time thanks to good investments, there is a constant optimistic atmosphere and everyone is committed and enthusiastic to work on common goals and projects. Power struggles, intrigues, or hedging tactics only occur infrequently. The winning spirit and the desire to achieve outstanding results as a group is paramount. The main objective of the leadership approach is transferring visions into concrete concepts and inspiring employees to successfully implement them. Comprehensive leadership qualities are prerequisites for being a successful manager. The following topics will be covered over the course of two four-day seminars:

- ▶ What are the principles and methods of an integrated leadership concept?
- ▶ What are the core competencies and prerequisites for effective leadership?
- ▶ Where are your personal strengths and development opportunities as a manager?
- ▶ What communication and social skills characterize great leaders?
- ▶ Which management tools promote leadership quality?

Topics

Part 1: Leadership Management

Integrated Leadership Concept

- ▶ St. Gallen concept of integrated management
- ▶ Defining yourself as a leader
- ▶ Understanding leadership roles
- ▶ Laws and principles of effective leadership
- ▶ New leadership approaches: virtual leadership and Generation Y, Z etc.

Communication as a Core Competence

- ▶ Communication as a core competence in the management process
- ▶ Particular characteristics of communication as a leader
- ▶ How communication motivates and drives peak performances
- ▶ How communication frustrates and leads to blockades and defensive behavior

Behavior of Good Leaders

- ▶ What are my personal strengths as a leader?
- ▶ What development opportunities can improve my leadership performance?
- ▶ What changes can increase employee performance and satisfaction?

Part 2: Change Management

Change Management: Lead to Implement

- ▶ Achieving acceptance for change
- ▶ Change management as a core management task
- ▶ The most common implementation barriers from practice

Successful Implementation of Change

- ▶ Phase model for successful change management; implementation concept
- ▶ Anticipated psychological stress as an implementation amplifier
- ▶ Creating a common "higher goal"
- ▶ Creating a sense of achievement and reinforcing change
- ▶ Promoting cultural change by example
- ▶ Modeling expected behavior
- ▶ Controlling the implementation process

Change Leadership and Leadership Behavior

- ▶ Dealing with resistance and challenging management situations
- ▶ Synergizing motivation, communication, and incentive systems
- ▶ Different leadership situations require different leadership behavior
- ▶ Communicative competence as a central prerequisite
- ▶ How to act in critical situations

Program dates (4 + 3 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-86324	part 1 Lucerne	14. - 17.10.2024
	part 2 Brunnen	25. - 27.11.2024
E-86424	part 1 Lucerne	14. - 17.10.2024
	part 2 Brunnen	23. - 25.06.2025

Program fee*: CHF 9900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens20

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Leadership for Executives

This seminar, designed for senior executives, is a concentrated overview of the core components of executive leadership management.

Concept

Well-managed companies are primed for success: their profitability is above the industry average, and their strategic investments enable timely entry into attractive business fields. An electrifying atmosphere motivates teams to engage in common projects and goals. There is no room for power struggles and intrigues; all that counts is a winning spirit and a desire for top performance. The main goal of strategic leadership is to transform visions into actual concepts and to motivate coworkers to support implementation.

Comprehensive leadership qualities are an essential prerequisite for executive success. The Leadership for Executives seminar demonstrates these leadership qualities in a concentrated way.

The program addresses senior executives, particularly:

- ▶ Top managers, upper level managers and specialists with management responsibility who seek to achieve above average results with their teams and employees, and who intend to hone their leadership and coaching skills.
- ▶ Executives with result responsibility whose position requires a high degree of decision making strength and implementation skills.

Topics

Integrated Leadership Concept

Managers are usually committed professionals; not every manager, however, is a good leader. What characterizes excellence in leadership? What makes a leader?

- ▶ The concept of integrated management
- ▶ Definition of personal leadership qualities
- ▶ The role of a leader
- ▶ Rules and basics of effective leadership

Communication as Core Competence

Integrating communication skills as a core competence for leadership is a prerequisite for full effectiveness in leadership processes.

- ▶ Communication as a vital core competence for leadership
- ▶ Characteristics of communication skills for leaders
- ▶ How communication motivates and drives performance
- ▶ How communication frustrates and builds barriers and rejection

Leadership Skills

Research shows what characterizes outstanding leaders. We know which leadership styles are most effective in certain situations and which behavior we should avoid to prevent unsatisfactory leadership performance. We can learn from most of these findings, because effective leadership behavior can be trained and practiced.

- ▶ What are my personal strengths as a leader?
- ▶ What development potential do I want to use to improve personal leadership qualities?
- ▶ What changes increase performance and satisfaction of coworkers?

Developing a Personal Leadership Style

- ▶ Alternative leadership styles
- ▶ Reasons why more than one leadership style is necessary
- ▶ Situations for cooperative leadership
- ▶ Situations where too much leadership harms
- ▶ Situations for authoritarian leadership
- ▶ Situational leadership applied

Leadership in Implementation Processes

Employees rarely welcome new strategies, new structures and new concepts from top management enthusiastically. Employees react with skepticism, distrust and stagnation; only a few people see a great opportunity in change. Implementation of change processes doesn't happen just by pressing a button or by giving orders; it happens on the operational levels, executed by employees who may reject change project partly or totally.

- ▶ Gaining acceptance for change
- ▶ Change management as vital leadership challenge

Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-52224	Lucerne	14. - 17.10.2024
E-52025	CN-Shanghai	20. - 23.01.2025
E-52125	Hallwilersee	05. - 08.05.2025

Program fee*: CHF 5900.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens10

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program

Seminar particularly suitable for managers who have little or no leadership experience, but who will soon be leading employees and teams. Specially designed for junior executives as well as for specialists and upcoming managers of all business segments.

Concept

Leadership begins when the diligent work of a single person won't do the job anymore, when joint efforts are necessary to reach goals. Motivating employees for common goals and boosting performance call for high leadership competence. The goals of this course are:

- ▶ Demonstrate essential elements and correlations between result-oriented and employee-oriented leadership.
- ▶ Learn to effectively apply the instruments and methods of leadership.
- ▶ Recognize the importance of social competence and question personal leadership behavior in teams and in management processes.

Topics

Basics of Effective Leadership

- ▶ Leadership skills as a basis for advancing professional careers
- ▶ Leadership skills as a prerequisite to achieving results
- ▶ Practical leadership, the role of the leader

Psychological Insights

- ▶ Better understanding of human behavior
- ▶ Better understanding the behavioral patterns of employees, coworkers and superiors
- ▶ Situational leadership considering psychological insights

The Effective Leader

- ▶ Harmony between leadership mission and personality
- ▶ Balance of professional and private goals
- ▶ Development of personal leadership potential
- ▶ Growing personal impact
- ▶ Coming across to others, convincing, prevailing
- ▶ Caring for coworkers, being a role model
- ▶ Gaining acceptance, trust and loyalty of coworkers; being enthusiastic about common goals

- ▶ Prerequisites for successful Leadership
- ▶ Leadership culture and atmosphere
- ▶ Importance of trust and candor
- ▶ Leadership philosophy
- ▶ Scope and personal organization

Personal Leadership

- ▶ Finding a personal professional style
- ▶ Setting priorities, time management
- ▶ Getting over inner barriers
- ▶ Problem solving in complex decision making situations
- ▶ Delegating and letting others shine

Becoming a Leader

- ▶ Characteristics of leaders
- ▶ What differentiates leadership personalities?
- ▶ Skills for thorough leadership competence

Solution-Oriented Communication

- ▶ Communication as a leadership challenge
- ▶ Open discussion of opposite points of view
- ▶ Communication skills and bargaining skills as success factors
- ▶ Accepting or solving systematic conflicts
- ▶ Addressing home-made conflicts
- ▶ Techniques of solution-oriented communication

Social Competence

- ▶ Social competence as a prerequisite for effective leadership
- ▶ Elements of social competence
- ▶ Self analysis and second opinion
- ▶ Techniques for developing social and emotional intelligence

Leading Teams to Peak Performance

- ▶ Creating a winning spirit
- ▶ Characteristics of successful team culture
- ▶ Hierarchical or nonhierarchical structure?

Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-75224	Davos	24. - 27.06.2024
E-75324	Lucerne	21. - 24.10.2024
E-75125	D-Frankfurt	24. - 27.03.2025

Program fee*: CHF 4500.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens11

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program



Change Management for Leaders

Three-day seminar on methodology and the most important components of goal-oriented change management. For executives facing or involved in change management projects or acquiring tools related to change management.

Concept

What are the key success factors of a company? According to recent studies, one often overlooked ability stands out: The ability to drive the necessary change with full commitment. Companies and their departments have to be fit for change. For years, the SGMI Institute of Management St. Gallen has been exploring mechanisms for positive change management. What did we learn? Driving change boldly and with full commitment, while preserving the proven aspects, is the most promising way for change. In this seminar, we teach the methodology and key components of successful change management.

Managing change means establishing new elements without sacrificing the proven and valuable experience of an organization and its employees. It is much more than "change management", which primarily focuses on new things, giving the impression that everything new is automatically right and good, and that all accumulated experiences belong to the past are therefore useless. Managing change is the comprehensive management of a far-reaching, profound transformation. It is about achieving something new while preserving gained experiences. This way of thinking from St. Gallen helps avoiding camp formations between innovative change agents and conservative preservationists in an organization and aligning both groups to work together towards a successful future.

Topics

Change Management

Changes in the environment leading to adjustments in strategy, structure, culture, or processes require executive leadership. Employees need to understand why a change is necessary. And they need to understand the purpose of new concepts and why they are fundamental to future success. But above all, they need to understand what the change demands of themselves and how their behavior can be beneficial or a hindrance in the process.

Lead to Implement

New strategies, structures, and concepts that come from "higher up" are rarely met with enthusiasm. Skepticism and mistrust, or even a wait-and-see attitude, prevail. Only a few see change as an opportunity. Then again, implementing change is hardly possible at the touch of a button or by decree. But positive results are mainly achieved at the operational level, i.e., by the employees who are - at least partially - negatively opposed to the change.

- ▶ Achieving acceptance for change
- ▶ Change management as a core management task
- ▶ The most common implementation barriers from practice

Successful Implementation through Leadership

A successful implementation requires full commitment and deep knowledge of the principles of change management:

- ▶ Phase model for successful change management; implementation concept
- ▶ Creating a common "higher goal"
- ▶ Anticipated psychological stress as an implementation amplifier
- ▶ Creating a sense of achievement and reinforcing change
- ▶ Modeling expected behavior
- ▶ Promoting cultural change by example
- ▶ Controlling the implementation process

Change Leadership

Good leadership is easy when the employees' and the company's objectives are largely aligned. However, this is rarely the case when major changes happen. The personal behavior, i.e., leading by example, is therefore of great importance. The seminar illustrates how to successfully shape change through personal leadership performance.

- ▶ Successful leadership
- ▶ Analyzing and understanding leadership behavior
- ▶ Examining leadership behavior
- ▶ Leadership for change
- ▶ Leading authentically

Program dates (3 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-57124	Brunnen	17. - 19.06.2024
E-57025	A-Vienna	17. - 19.02.2025
E-57125	Brunnen	23. - 25.06.2025

Program fee*: CHF 4500.- (plus 7.7% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens21

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program

This program in two parts is for executives who have recently taken the reins of a company or a major profit center, or will soon take on such a position. Participants improve their competencies in strategic business management, market positioning and management of financial results.

Concept

The career jump from a functional management position, from being a “high potential” manager or specialist, to a position with general management responsibility is significant and requires preparation. Entrepreneurial skills are required: more leadership, less execution; discovery of new ventures, identifying and seizing opportunities; developing business models; tracking profit potentials; crafting and implementing strategic concepts, inspiring and motivating coworkers. Being successful in the new position takes more than diligent, timely execution of orders. Results achieved become the sole measure of a career; excuses for missed goals hardly interest anyone. The responsible person will always be measured on outcome.

The Strategic Business Management Program is a valuable support for this transition. The course focuses on two main subject areas. In Unit 1, participants learn how to define and implement crystal-clear, concise strategies with high probability of success. Unit 2 enhances competencies of successful financial management. Participants learn the essential methods and techniques for transforming market accomplishments into economic success and actively optimizing results.

Topics

Unit 1

Strategic Business Management

- ▶ Overview and methodology of strategic business management
- ▶ The career jump from functional management to general management

Strategic Navigation

- ▶ How to keep the big picture
- ▶ The ability to develop simple solutions, even in complex situations
- ▶ The Integrated Management Approach

Defining the Current Position

- ▶ Practical application of vital analysis tools
- ▶ Core strategic analyses
- ▶ Instruments and tools

Strategic Options

- ▶ Creativity and foresight in search of the ideal future position
- ▶ Powerful visions and realism

Formulating Strategies

- ▶ Formulating strategic targets
- ▶ “Promising” or “absurd”: How to assess the plausibility of strategies
- ▶ Transparency, acceptance and willingness to change as implementation criteria
- ▶ Considering trends in digital strategy and online marketing

Unit 2

Evaluation of the Financial Situation

- ▶ Quick analyses of financial plans, controlling reports, cost accounting and budgets
- ▶ Getting a general financial overview

Financial Goals and Value Added

- ▶ Planning internal growth while keeping up financial stability and profitability
- ▶ The logics of shareholder value
- ▶ Options for increasing shareholder value

Financing and Liquidity

- ▶ Optimizing capital employed
- ▶ Managing liquidity

Valuation, Mergers & Acquisitions

- ▶ Value calculation: methods and practical aspects
- ▶ Selecting and evaluating acquisitions

Program dates (2 × 4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-44324	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Davos	18. - 21.11.2024
E-44424	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Davos	23. - 26.06.2025
E-44024	part 1 Zermatt	13. - 16.01.2025
	part 2 USA-Boston	17. - 20.02.2025
E-44125	part 1 Zurich	18. - 21.03.2025
	part 2 Davos	23. - 26.06.2025

Program fee*: CHF 10 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens06

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Strategic Management

This seminar with immense practical relevance is designed specifically for managers involved in strategic planning and implementation like members of the executive board, entrepreneurs, managing directors, profit centers heads, managers responsible for strategic development, managers playing a key role in strategic implementation, and professionals in corporate development.

Concept

The challenge of management is dealing with complexity and dynamic change. Change processes aimed at the long-term prosperity of the firm have to be initiated, designed and steered at the right time. Here, strategic management plays an essential role. Recognizing trends and major changes early is the key to identifying options for safeguarding and developing current businesses and market positions. Strategic options must be evaluated carefully, and the strategy perceived to be the best must be implemented with all the necessary resources and actions. Based on a creative orientation to key customer needs and new technologies, new business opportunities and their perspectives should be identified and targeted.

What makes good strategies better than bad ones? Does it make sense to have a strategy in turbulent times, or can a firm do as well without a strategy? Are strategies just workshop topics, or should they be part of an evolving business-development process? Participants in this seminar learn to develop strategies methodically, using proven, practical tools from business consultancies. They learn how to efficiently control and coordinate the processes of developing and implementing strategy.

Topics

The Concept of Strategic Management

Introduction to the basic philosophy of strategic management, history of strategic management, empirical insights, methodologies and practical application of strategic management:

- ▶ Strategy as turning point for the future
- ▶ The most important strategic questions
- ▶ The process of strategy formulation and strategy implementation: the strategy approach
- ▶ Strategic management in turbulent times

Business Segments as Planning Units

- ▶ Business segments as strategic planning units
- ▶ Segmentation: options, approach
- ▶ Best-practice examples and tools

Recognizing the Strategic Call for Action

- ▶ Anticipation and early recognition of changes
- ▶ Key analytical methodologies; practical exercises with structured tools and best-practice examples
- ▶ Driving forces for new strategies

Promising Strategic Options

- ▶ Ways to develop promising strategic options
- ▶ How to assess strategic options and evaluate their advantages, disadvantages and prerequisites for their implementation
- ▶ How to appraise strategic options in terms of feasibility and success potential

Strategy Formulation

Strategies are crafted following an evaluation of the most promising future strategic options. Good strategies are simple, concise and easy to communicate; they can be unfolded and integrated into everyday business life.

- ▶ Concise strategy formulation; best-practice examples
- ▶ Methods and tools for strategic planning
- ▶ Functional strategies
- ▶ The impact of new media and digital strategies

Changing Structures

Usually, organizational structures are advantageous only for a certain time and business situation. Strategic change often dictates change of organizational structures. Unfortunately, "structure follows strategy" is often misinterpreted as "structure follows trend."

Successful Implementation of Strategies

- ▶ Knowing and overcoming barriers to implementation
- ▶ Implementation as a managerial responsibility

Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-70224	Davos	09. - 12.09.2024
E-70324	CN-Shanghai	25. - 28.11.2024
E-70025	Zermatt	20. - 23.01.2025
E-70125	Zurich	18. - 21.03.2025

Program fee*: CHF 5900.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens05

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program

Two-part program for experienced executives with responsibility for strategy and leadership seeking to acquire state-of-the-art knowledge in central areas of future-oriented corporate management.

Concept

Mastering the entire range of leadership and management challenges is essential for executive managers, board members, CEOs, entrepreneurs, and all senior executives. This program supports participants in this task and equips them with practice-tested and implementation-oriented management know-how. The seminar addresses the most important skills in strategic management and all the increasingly important leadership qualities. Furthermore, dividing the program into two parts allows a more comprehensive view of the current challenges in modern corporate management.

Topics

Strategic Management

Clear and precise strategies can offer competitive advantages in the future. Strategies therefore need to point out today's necessities that will lead to future success. But how can we achieve this in an increasingly complex environment in which companies are repeatedly confronted with unexpected and drastic external factors? A systematic and methodical approach helps identifying, analyzing and dealing with all strategically relevant issues.

St. Gallen Strategy Approach

- ▶ The concept of strategic management
- ▶ Dealing with volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity
- ▶ St. Gallen phase model of effective strategy development
- ▶ From analysis to implementation

Strategy Development

- ▶ Assessing initial situations through strategic analyses
- ▶ Driving strategy processes through business innovation
- ▶ Defining strategic business areas
- ▶ Designing business models

Strategy Formulation

- ▶ Methods and instruments of strategy formulation
- ▶ Strategic quantification and financing strategies
- ▶ Translating strategic initiatives into goals, means, and measures

Strategy Implementation

- ▶ Identifying and addressing implementation barriers
- ▶ Organizational change and management of structures
- ▶ Business process optimization
- ▶ Using management tools of strategic controlling

Leadership Management

Leadership is a very broad field with numerous different doctrines, concepts, and instructions. Maintaining an overview can be difficult and using only one particular "recipe" often falls short. Here, the St. Gallen Leadership Concept comes into play: it classifies the different approaches and offers a structure for developing a leadership style based on one's own strengths.

Integrated St. Galler Leadership Approach

- ▶ Holistic thinking in leadership
- ▶ The role of corporate values
- ▶ The link between excellent leadership and improving corporate results
- ▶ Dealing with new leadership approaches in the age of new work

Leadership Skills

- ▶ Achieving goals together
- ▶ Going from risk culture to opportunity culture
- ▶ Recognizing and avoiding mistakes in employee management
- ▶ Leadership in crisis situations and times of uncertainty

Effective Leadership

- ▶ Recognizing your own leadership personality and strengths
- ▶ Maintaining authenticity and leading socially competent
- ▶ The difference between leadership in normal situations and under pressure
- ▶ Using feedback as an opportunity for personal development

Core Competences: Communication and Motivation

- ▶ Communicative requirements of a leader
- ▶ Critically examining established and new communication concepts
- ▶ Peak performances through motivation
- ▶ The effect of motivated employees on the entire organization

Program dates (2 × 4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-14324	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Lucerne	14. - 17.10.2024
E-14424	part 1 Davos	09. - 12.09.2024
	part 2 Hallwilersee	05. - 08.05.2025

Program fee*: CHF 10 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens22

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Marketing Management

The Marketing Management Seminar is an intensive course that introduces the methods, processes and effects of modern marketing.

Concept

Marketing is an important driver of success. Even the best product or the most innovative offer cannot be successful if customers do not need it, want it or know about it. The most important purpose of marketing is to coordinate market needs and requirements with a company's capabilities and potentials. Concentration on very specific customer benefits enables price flexibility due to competitive advantages, customer preferences and efficiency in sales. Three core aspects need to be optimized:

Marketing Culture

The main concerns of every marketing philosophy are to align all organizational entities with customer needs and to create an overall orientation on total customer satisfaction. This is a challenge for all employees of an organization: customer orientation is not just about marketing and sales. The question is how to develop and cultivate a customer-oriented mindset.

Marketing Concept

The marketing concept defines how a company will achieve market success. Participants learn how to develop, evaluate and implement a marketing concept.

Sales Management

The best concepts are worthless without brisk sales. How can a company increase sales performance, develop new sales systems and design new distribution channels?

Topics

Rules of the Market

- ▶ Logics of the market
- ▶ Effects of diverse market constellations
- ▶ Success in pioneer markets, growing markets, saturated and shrinking markets. Can markets be created?

Market Analysis

- ▶ Developing and evaluating market analyses
- ▶ Research of customers and end-user behavior
- ▶ The importance of competitive analysis. Conducting competitive analysis and gathering competitive intelligence.
- ▶ Is there a measurable dynamic that may offer external and internal customers significant potential benefits?
- ▶ Measures to sustainably improve customer focus

Marketing Strategy

- ▶ Vision, corporate and business strategy are prerequisites for the marketing strategy
- ▶ Corporate identity, business mission, image strategy and branding
- ▶ Proper strategic positioning leads to market success
- ▶ Prospective competitive positioning with quantitative goals
- ▶ From market segmentation to target marketing
- ▶ New marketing approaches
- ▶ Innovation management

Marketing Concept

- ▶ Product concept, performance differentiation, assortment concept, product line strategy
- ▶ Service concept and service policy
- ▶ Target segment-specific fine-tuning
- ▶ Market segment-specific marketing decisions
- ▶ Strategies for countries, markets and branches
- ▶ Concepts for market entry and development of new markets
- ▶ Pricing strategies and political scope of prices
- ▶ Covering additional points of sales with online marketing

Market Management

- ▶ Improving the revenue and profit potential of the existing customer base
- ▶ Entering new markets and new customer segments
- ▶ Profitable growth with customer value concepts

Marketing Mix

- ▶ Communication is the precursor for success
- ▶ Sales concepts and sales success
- ▶ Sales promotion and sales support

Leadership in Marketing

- ▶ Structural integration of marketing
- ▶ Managing customer satisfaction
- ▶ Marketing controlling

Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-71224	D-Berlin	04. - 07.11.2024
E-71025	USA-Boston	24. - 27.02.2025
E-71125	Brunnen	12. - 15.05.2025

Program fee*: CHF 4500.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens07

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program

Intensive seminar on executive and general management level covering the most important aspects and trends of financial steering and financial management.

Concept

Every manager with result responsibility affects financial parameters with his decisions and, besides strategic and market success, is also judged on financial results. Shareholders, owners, bankers and analysts expect increasing profits, cash-flow and free cash-flow, return on equity and, in the case of listed companies, rising stock prizes and dividends. This pressure on management demands that every executive master the tools of financial management. This seminar is specially designed for:

- ▶ Managers, entrepreneurs, directors, members of the executive board, business owners and business partners
- ▶ Divisional heads, heads of major business units and profit centers, general managers of subsidiaries
- ▶ Managers and specialists of corporate and financial planning
- ▶ Executives involved in acquisition, divestiture or mergers of companies or business units

Topics

Financial Overview

- ▶ Analysis of financial and annual reports, recognizing optimization potential
- ▶ Cash-flow analysis, performance evaluation
- ▶ Accurate budgeting, planning and controlling
- ▶ Analysis of costs, volume and profit

Mastering Drivers for Efficiency and Profitability

- ▶ Performance drivers
- ▶ How to increase profitability and efficiency

Financial Goals and Value Added

Management is expected to take shareholder interests better into consideration with increasing stock prices and dividends. Consequently, the pressure on management causes a change in the performance systems of a company. The importance of profit goals, such as return on equity, will rise.

- ▶ Planning internal growth while keeping up financial stability and profitability
- ▶ The logics of shareholder value
- ▶ Options for increasing shareholder value
- ▶ Pitfalls and limitations
- ▶ Impact of value added concepts
- ▶ Cost of capital

Valuation, Mergers & Acquisitions

- ▶ Value calculation: methods and practical aspects
- ▶ Selecting and evaluating acquisitions
- ▶ Acquisitions as portfolio management tool
- ▶ Evaluating acquisition targets and procedure

- ▶ Taking advantage of synergies offered by mergers and alliances
- ▶ Analyzing and assessing synergy effects
- ▶ The post-merger syndrome

Secure Financing

- ▶ Impact of strategic decisions
- ▶ Alternative financing concepts; advantages and disadvantages
- ▶ Financial engineering
- ▶ Weighted average cost of capital (WACC)
- ▶ Financing strong revenue growth

Cost Management

- ▶ Defining and managing cost drivers
- ▶ Complexity drives costs
- ▶ Definition of strategic cost position

Restructuring and Portfolio Clean-up

- ▶ Early warning indicators for restructuring
- ▶ Identifying profitable and unprofitable businesses
- ▶ Securing profitable businesses
- ▶ Disposing of unprofitable businesses
- ▶ Developing a sustainable restructuring concept
- ▶ Business portfolio and portfolio clean-up

Reorganization and Turnaround

- ▶ Qualification for reorganization
- ▶ The reorganization concept
- ▶ Achieving the turnaround



Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-73124	Davos	17. - 20.06.2024
E-73224	Davos	18. - 21.11.2024
E-73125	Davos	23. - 26.06.2025

Program fee*: CHF 5900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
 Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens08
 *Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Seminar for nonfinancial managers of all business segments, who hold responsibility for revenue, results or profits.

Concept

Financial results are not just bottom-line variables at the end of the year. Financial results of an organization have to be planned and actively influenced. The financial effects have to undergo controlling. This seminar provides systematic, practical understanding of the relevant instruments in the fields of finance, accounting, controlling and profit and result management. Exercises and smaller case studies with IT tools help cement lessons learned and foster application in participants' companies. Attendees include general managers, divisional and business unit heads, profit center and project managers, and junior managers,

- ▶ who seek to undergo an intensive methodical and practice oriented training in the basics of financial management and controlling in order to improve their managerial skills;
- ▶ who seek to safeguard future business success with an understanding of the frameworks of financial management, accounting, and controlling;
- ▶ who intend to support finance, accounting and controlling with substantial impulses and seek to reduce dependency on specialists.

Topics

Overview of Financial Management

- ▶ Financial management as part of integrated business administration
- ▶ Instruments and methods for managing profits, results, cash-flow, liquidity and shareholder value
- ▶ Superior goals as targets

Financial Management Tools

Proper use of financial tools to get the financial situation of the firm under control.

- ▶ Comprehensive use of balance sheets, profit and loss statements and financial reports
- ▶ Overview of accounting standards and accounting practices
- ▶ Financial management with performance ratios
- ▶ Flow of funds statements (cash flow statements)

Cost Accounting

- ▶ Characteristics, functions and basics of cost accounting
- ▶ Cost allocation (object of costing, cost accumulation, cost apportionment)
- ▶ Full costing and direct costing

- ▶ Calculation systems with marginal costs and contribution margins
- ▶ Managerial accounting
- ▶ Break-even analyses

Planning and Budgeting

- ▶ Development of effective planning and budgeting systems
- ▶ Planning as a tool for coordination and controlling

Investments and Cost Effectiveness Analysis

- ▶ Investment planning
- ▶ Methods of cost effectiveness analysis

Strategic and Value Based Controlling

- ▶ Developing strategic controlling tools
- ▶ Using balanced scorecards (BSC) to operationalize strategies
- ▶ Performance controlling
- ▶ Sustainable enhancement in value

Profit Management

- ▶ Profit goals and profit potentials
- ▶ Levers of active profit management
- ▶ Profit improvement programs
- ▶ Customer orientation opposed to result orientation

Achieving Results

Executives who are responsible for a company or for a business unit have to deliver results. How can they achieve results?

- ▶ Procedures to ensure liquidity
- ▶ Ways, concepts and processes for increasing profit, cash-flow and result contributions
- ▶ Influencing factors and actions to achieve profitability goals
- ▶ Corporate value: Contribution to lasting value added

Program dates (4 days)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
E-74224	Lucerne	07. - 10.10.2024
E-74025	JPN-Tokyo	13. - 16.01.2025
E-74125	D-Frankfurt	20. - 23.05.2025

Program fee*: CHF 4500.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

Further information and booking via internet: www.sgmi.ch/ens09

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Corporate Programs:

As well available as Corporate Program



Master & Diplome

- 104 | Master- und Diplomausbildung St. Gallen
- 106 | Erfahrungsbericht
- 107 | Doctor of Business Administration (DBA)
- 108 | Executive MBA
- 110 | Executive Master-Programme
- 114 | SGMI Master of Management
- 119 | Diplomprogramme
- 129 | Management Certificates



Master- und Diplomausbildung St. Gallen

Die Master- und Diplomausbildung am SGMI Management Institut St. Gallen ist etwas Besonderes. Ausgesprochen persönlicher Zuschnitt, gut bemessene Tiefe und umfangreiche, zielfördernd geplante Eigenaktivitäten sind die Markenzeichen der Studiengänge. Alle Studiengänge bauen auf dem ganzheitlichen, systemorientierten Management auf und unterscheiden sich im Umfang der Ausbildung und entsprechend, der zeitlichen Belastung.

Das Konzept des ganzheitlichen, systemorientierten Managements als Basis

Seit je sind die Managementlehre und die Management-Ausbildung durch eine verwirrende Vielzahl von wissenschaftlichen Ansätzen, Techniken und Methoden gekennzeichnet. Die grosse Mehrzahl dieser Hilfsmittel hebt einen besonderen Aspekt des Managements hervor. Naturgemäss sind sie nicht auf einander abgestimmt. Deshalb ist schon von einem Dschungel der Management-Theorien gesprochen worden.

Genau aus diesem Grunde ist die St. Galler Schule des ganzheitlichen systemorientierten Managements entstanden.

- ▶ Dieses Konzept vermittelt einen weit gespannten, aber gleichwohl übersichtlichen Beziehungsrahmen. Ganzheitlich heisst, alle wesentlichen Aspekte des Managements erfassen und ordnen. Nur eine derartige Weite des Blickfelds schützt im konkreten Einzelfall vor einer verengten, einseitigen Sicht. Sie macht zudem innere Widersprüche zwischen einzelnen Gesichtspunkten erkennbar und erlaubt eine explizite Auseinandersetzung mit ihnen und den vielen Polaritäten im Management.
- ▶ Das Systemdenken vertieft dieses Streben nach Ganzheit. Ein System ist ja nichts anderes als ein aus Teilen zusammengesetztes Ganzes. Die Auseinandersetzung mit Systemen vermittelt eine bestimmte Weltsicht. Sie hebt weniger eine einzelne System-Komponente hervor als Beziehungen: Beziehungen zwischen den einzelnen System-Komponenten und zwischen dem System und seiner Umwelt. Unter den Polaritäten, mit denen sich das Systemdenken befasst, besitzt die Spannung zwischen Stabilität und Entwicklung eine besonders grosse Bedeutung. Die Stabilität sucht etwas Bestehendes zu erhalten. Ihr steht die Dynamik von Entwicklungen gegenüber. Diese vollzieht sich nach Schumpeter oft nur um den Preis einer schöpferischen Zerstörung. Zur Verwirklichung eigener dynamischer Vorstellungen gehören Innovationskraft sowie ein überlegener und damit überlegter Umgang mit Ungewissheit und Unwägbarkeiten. In einer Zeit eines sich noch immer beschleunigenden externen Wandels ist die nur teilweise berechen- und voraussagbare Dynamik aller Entwicklungen – paradoxerweise – eine wesentliche Konstante.

Management: Erst die Kombination von Theorie und Praxis führt zum Können

Zu den Polaritäten unserer Welt gehört auch die Spannung zwischen Theorie und Praxis. Jeder Manager muss die beiden Pole miteinander verknüpfen. Denn Theorie ohne Praxis ist leer und nicht zu greifen, Praxis ohne theoretische Basis ist brüchig und anfällig. Ein solides theoretisches Grundwissen ist deshalb unverzichtbar, aber es genügt nicht.

Stets muss es mit praktischer Erfahrung angereichert werden. Diese beruht immer auf Einzelfällen mit all ihren Besonderheiten und Einmaligkeiten. Gerade diesen Besonderheiten können die abstrakten Theorien nicht Rechnung tragen. Die Art der Auseinandersetzung mit ihnen macht aber den Unterschied zwischen einem guten und einem schlechten Manager aus. Diese Fähigkeit lässt sich aber fördern und entwickeln.

Der Manager soll lernen, wie Situationen zu beurteilen sind und wie das vorhandene Wissen eingesetzt und ergänzt werden kann. Erst das gibt ihm die Chance, auf der Basis soliden Wissens Neues zu schaffen, innovative Lösungen zu finden, sich von seinem Umfeld abzuheben und einzigartig zu sein.

Auf einem derartigen Konzept aufbauend, wollen die SGMI Master- und Diplomstudiengänge nicht allein theoretisches Wissen vermitteln. Dieses wird vielmehr als Sprungbrett benutzt und mit praktischen Erfahrungen angereichert. Die Summe von Theorie und Erfahrung soll es den Teilnehmern ermöglichen, von einem neuen, höheren Plafond aus, selbständig ihr Urteilsvermögen und ihr Können zu schärfen und weiter zu entwickeln. Nur auf diese Weise kann in einer sich rasch ändernden Welt eine nachhaltige Wirkung der Ausbildung erreicht werden.



Emil Brauchlin
Prof. em. Dr.
Universität St. Gallen (HSG)
Ehrevorsitzender des
SGMI Academic Committees



St. Galler Diplompypamide

Doctor of Business Administration
(24–36 Monate)

DBA

MBA
(24 Monate)

Executive MBA

Master Programme
(12–18 Monate)

SGMI Executive Master in: General Management, International Management, Marketing, Sales, Finance, HR and Leadership

SGMI Master of Management

Diplomprogramme
(6–9 Monate)

St. Galler General Management-Diplom

St. Galler International Management-Diplom

St. Galler Leadership-Diplom

St. Galler Marketing Management-Diplom

St. Galler Sales Management-Diplom

St. Galler Produkt-Management-Diplom

St. Galler Finanz & Controlling Management-Diplom

Management Certificates
(4–8 Monate)

St. Galler CEO Certificate

St. Galler Business Strategy Certificate

St. Galler Marketing Management Certificate

St. Galler Financial Management Certificate

St. Galler Consulting Certificate



| Seminare | Workshops | Fernstudium | E-Learning | Projektarbeit | Prüfungen, Kolloquien |

Upgrade-Programme und Anrechnung von Seminaren (ECTS-Punktesystem)

Der persönliche Zuschnitt der Ausbildung

Die SGMI Master- und Diplomstudiengänge kommen den urpersönlichen Bedürfnissen der Lernenden mit einem breiten Sortiment weitestgehend entgegen:

- ▶ **ganzheitlich**, da alle Studiengänge auf dem ganzheitlichen, systemorientierten Management-Ansatz basieren, aus einem «Guss» und modular kombinierbar sind;
- ▶ **zeitoptimal**, da die Programme berufsbegleitend, unter Anrechnung bereits besuchter SGMI-Seminare und abgestimmt auf die berufliche Beanspruchung absolviert werden können;
- ▶ **massgeschneidert**, da jeder Studienplan individuell auf bestehende Erfahrung, Wissensstand und Entwicklungsprofil der Absolventen erstellt wird;
- ▶ **bewährt**, da zu unseren Kunden die renommiertesten Unternehmen und seit vielen Jahren hunderte von begeisterten Absolventinnen und Absolventen zählen;
- ▶ **praxisorientiert**, da keine langweiligen Vorlesungen, sondern packende Inhalte geboten werden, moderiert

von hoch qualifizierten Professoren und Dozenten, renommierten Beratern oder Management-Trainern, die seit Jahren bei SGMI tätig sind;

- ▶ **modular**, da jeder Abschluss über den Direkteinstieg oder über stufenweise Upgrades unter Anrechnung bereits erbrachter Leistungen erzielt werden kann (ECTS-Punktesystem).



Marc Oliver Opresnik
Prof. Dr.
Chairman SGMI Academic Committee



Gilbert Malgiaritta
lic. oec. HSG (Universität St. Gallen)
Executive Director Open Programs



Erfahrungsbericht einer SGMI-Diplomandin

St. Galler Sales Management-Diplom

(Dipl. Verkaufsleiterin SGMI)



SGMI: Wieso haben Sie sich für einen Diplomstudien-gang am SGMI Management Institut St. Gallen ent-schieden?

Melanie von Rütte: Seit 20 Jahren bin ich im Vertrieb tätig und ich habe mein Wissen stets über Erfahrungen und in-terne Weiterbildungsangebote erweitert. Als Verkaufslei-terin fehlte mir jedoch der Blick fürs Strategische und mit steigender Verantwortung wuchs das Bedürfnis, mir nun ebenfalls die theoretischen Grundlagen meiner Funktion anzueignen, um mich weitergehend mit den heutigen, sich kontinuierlich verändernden Problemstellungen aus-einanderzusetzen. Dabei wurde mir das SGMI Manage-ment Institut St. Gallen von meiner Vorgesetzten empfoh-len, welche erfolgreich das Executive MBA Programm am SGMI absolviert hat. Der Lehrgang zur «Dipl. Verkaufslei-terin SGMI» diente hier als Einstiegsprogramm, welches die mir fehlenden Themenschwerpunkte abbildete und auf welchen ich nun aufbauen kann. Als Verkaufsleiterin und Mutter einer 3-jährigen Tochter, konnte ich mich dank den modularen Weiterbildungstagen perfekt organi-sieren.

Was zeichnete den Studiengang aus?

Der Bezug zur Praxis. Die Modulblöcke sind so aufgebaut, dass theoretisches Wissen sehr nah an der Praxis vermit-telt wird. In Gruppen werden gemeinsam Fälle bearbeitet und man hat die Möglichkeit, immer wieder Bezug zur ei-genen Firma und zu aktuellen Themen zu nehmen. Die verschiedenen Sichtweisen der Teilnehmer aus un-terschiedlichsten Branchen geben der vermittelten Theorie einen zusätzlichen Mehrwert. Die Diplomarbeit bringt ei-nen dazu, die Grundlagen seiner Arbeit zu überdenken und schafft es somit, neue Erfolgsansätze zu generieren.

Was waren für Sie die wichtigsten Erkenntnisse bzw. Learnings aus dem besuchten Diplomprogramm?

Durch meine jahrelange Erfahrung im Vertrieb ist für mich vieles selbstverständlich geworden, ohne eventuell wei-terführende Möglichkeiten auf langfristigen Erfolg zu prü-fen. Es fehlte mir somit oftmals an der gesamtheitlichen Sichtweise. Heute positioniere ich mich durch die Weiter-bildung zielgerichteter und kompetenter. Die vielen Hilfs-mittel, welche mir heute dank dem SGMI zur Verfügung stehen, ermöglichen mir, neue Verkaufsstrategien in der Gesamtsicht zu betrachten, um langfristig erfolgreich zu sein.

An welchen Stellen sehen Sie das grösste Potenzial, das erworbene Wissen in Ihrem beruflichen Alltag umsetzbar zu machen?

Ich kann das erlernte Wissen immer wieder anwenden, unabhängig ob im Tagesgeschäft oder in Projekten. Ich sehe den grössten Mehrwert jedoch im Austausch mit anderen Abteilungen, besonders wenn ich meine Kon-zepte und Strategien positionieren will. Durch die verän-dernte Sichtweise fokussiere ich mich stärker auf die Er-wartungshaltung und Zielsetzung der anderen. So arbeite ich stärker mit den verschiedenen Kanälen zusammen, um meine Ziele langfristig zu erreichen und unsere Kun-dinnen und Kunden zu begeistern.

Wie hat sich der Diplomabschluss auf Ihre tägliche Führungsarbeit ausgewirkt?

Meine Stärke lag schon immer in der Umsetzung. Heute gelingt es mir zusätzlich vermehrt, meine Wirkung gegen aussen zu reflektieren und meine Stärke bewusster auf Grundlagen gestützt anzuwenden. Meine Methodenkom-petenz hat sich weiterentwickelt. Dies hilft mir auch in der Führung meiner Mitarbeitenden. Ich argumentiere heute auf fundierten Grundlagen und nicht auf reinen Erfah-rungswerten.

Würden Sie die SGMI Diplomstudiengänge weiter-empfehlen? Wenn ja, was würden Sie einem ange-henden Diplomanden vor dem Start in das Programm auf seinem Weg weitergeben?

Insbesondere empfehle ich den Lehrgang Teilnehmenden, die sich «klassisch» auf dem Beruf weiterentwickelt ha-ben und sich auf Erfahrungen abstützen. Der Diplomlehr-gang eignet sich für Teilnehmende, die den aktiven Aus-tausch suchen und sich einbringen möchten. Eine gute Planung für die Zeit, welche für die Diplomarbeit benötigt wird, ist sinnvoll, denn diese wird wirklich benötigt, um ein zufriedenstellendes Resultat abgeben zu können.



Melanie von Rütte
Verkaufsleiterin
Baloise Versicherung AG



Berufsbegleitendes, deutschsprachiges DBA-Programm (Doctor of Business Administration), das erfahrenen Führungskräften die Möglichkeit gibt, die nächste Stufe in ihrem akademischen und beruflichen Werdegang zu erreichen - in einem angemessenen Zeit- und Kostenrahmen.

Konzept

Das berufsbegleitende Doktorandenstudium, welches in Kooperation mit Partneruniversitäten durchgeführt wird, richtet sich an Absolventen wirtschaftlicher Fachrichtungen einer Universität oder Fachhochschule. Im Mittelpunkt der zu schreibenden Dissertation steht die wissenschaftlich fundierte Bearbeitung einer komplexen, praxisorientierten Fragestellung eines Unternehmens oder einer Branche.

Das Programm ermöglicht Ihnen ein berufsbegleitendes, deutschsprachiges sowie zeitlich und örtlich flexibles Doktoratsstudium an der Middlesex University London zur Erlangung des Dokortitels (Dr.). Während des Studiums begleitet Sie Ihr persönlicher Advisor sowie die Studiengangsleitung und Forschungsabteilung unseres Kooperationspartners, der Kalaidos University of Applied Sciences Zürich. Zusätzliche Angebote unterstützen Ihre wissenschaftliche Arbeit. Die Vergabe des Dokortitels erfolgt durch die Middlesex University London aufgrund ihres Promotionsrechts.

Ablauf

Nach erfolgter Zulassung zum Doktoratsstudium wird mit Ihnen gemeinsam Ihr Advisor für Ihre Dissertation ausgewählt. Er wird Sie während Ihres ganzen Doktorstudiums begleiten und mit qualifiziertem Rat zur Seite stehen. Die definitive Zuteilung eines Advisors erfolgt auf schriftlichem Weg und erst nach der entsprechenden Genehmigung durch die Universität. Das Studium selbst unterteilt sich dann in zwei Phasen. Insgesamt durchlaufen Sie maximal 8 Stufen (siehe untenstehende Grafik).

Phase 1 des Studiums:

- ▶ Reflexion der bisherigen beruflichen und schulischen Vita (Einsendeaufgabe, 15 ECTS-Punkte)
- ▶ Individuelle Studienprüfung: Studium, Wissenschaft und Forschung (Online, 15 ECTS-Punkte)
- ▶ Erstellung, Genehmigung und Bewertung des Exposés Ihrer Doktorarbeit (20 ECTS-Punkte)

Phase 2 des Studiums:

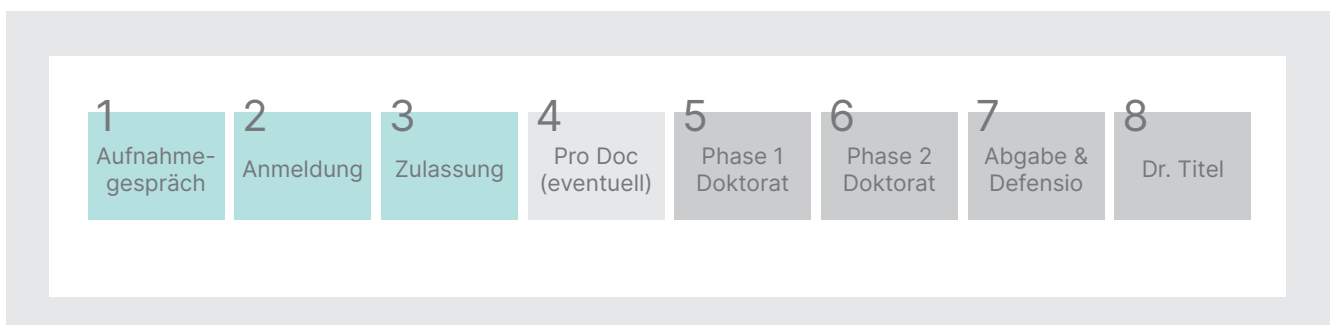
- ▶ Abfassen der Dissertation (Nachweis der Befähigung zur selbstständigen Bewältigung wissenschaftlicher Fragestellungen, 120 ECTS-Punkte)
- ▶ Defensio (mündliche Abschlussprüfung vor dem akademischen Komitee, welche die Präsentation und die kritische Diskussion der Erkenntnisse der Dissertation zum Inhalt hat, 10 ECTS-Punkte)

Zulassung

In das Doktoratsprogramm wird nur eine begrenzte Anzahl von Studierenden aufgenommen. Folgende Unterlagen sind für eine Bewerbung einzureichen:

- ▶ Lebenslauf und Anmeldeformular
- ▶ Nachweis einer Aus- oder Weiterbildung mit Bachelor- oder Masterabschluss mit 300 oder mind. 250 ECTS-Punkten und einer Note von mind. 4.5 (nach schweizerischen Notensystem)
- ▶ Angaben zum angestrebten Forschungsschwerpunkt (Fachrichtung)
- ▶ Nachweis einer qualifizierten Berufserfahrung

Verfügen Sie nicht über die erforderlichen ECTS-Punkte, können Sie diese mit einem Pro-Doc-Programm innerhalb von ein bis drei Semestern erwerben.



Executive MBA (EMBA)

Staatlich anerkanntes und akkreditiertes Executive MBA Programm (Executive Master of Business Administration) für leistungsorientierte Führungskräfte und solche, die es noch vermehrt werden wollen. Das berufsbegleitende Programm ist das Resultat einer Zusammenarbeit zwischen dem SGMI Management Institut St. Gallen und der Kalaidos University of Applied Sciences. Sukzessive durchgeführt, verbindet es aktuelles, theoretisch fundiertes und praxisorientiertes Management-Wissen mit dem ganzheitlichen St. Galler Ansatz des systemorientierten Managements.

Konzept

Gute Vorsätze haben es in sich: je nachdem machen sie die nötige Energie frei, um eine bestimmte Sache an die Hand zu nehmen, oder sie halten uns den Spiegel vor, wenn wir nicht tun, was wir uns vorgenommen haben. Wie viele gute Vorsätze pflastern den Weg zur Weiterbildung? Doch wo aufsetzen? Das Feld der Weiterbildung ist umfangreich geworden. Dies widerspiegeln die exponentiell gewachsenen Bedürfnisse nach mehr Wissen und Können. Die erworbene Ausbildung stellt eben für die Laufbahn vieler Menschen ein unverzichtbares Kapital dar. So wie sich wirtschaftliches Kapital nur vermehrt, wenn investiert wird, so ruft auch das Bildungskapital nach Erneuerung oder Ergänzung. Wachsende Bedürfnisse sind das eine, Qualität aber das entscheidend andere. Ganz der Qualität verpflichtet, freuen wir uns, als SGMI Management Institut St. Gallen, Ihnen zusammen mit der Kalaidos University of Applied Sciences eine Weiterbildung der besonderen Art anzubieten. Wir verstehen uns als Partner auf Ihrem Weg zu einem staatlich anerkannten, akkreditierten Executive MBA. Mit diesem Programm verknüpfen wir betriebswirtschaftliche Qualität mit langjähriger Erfahrung in Lehre, Methodik und Praxis.

Inhalt

Basisstudium (Semester 1 und 2)

Strategisches Management

- ▶ Strategisches Management als Konzept verstehen: Der St. Galler Strategie-Ansatz
- ▶ Strategische Geschäftsfelder identifizieren
- ▶ Erfolgversprechende Strategieoptionen ableiten
- ▶ Strategien erfolgreich implementieren

Marketing-Management

- ▶ Die Gesetze des Marktes erfassen
- ▶ Märkte analysieren
- ▶ Marketingstrategien formulieren
- ▶ Marketingkonzepte erarbeiten

Finanzen & Controlling

- ▶ Konzept einer ganzheitlichen finanziellen Steuerung verstehen
- ▶ Steuerungsfaktoren für Gewinn und Wirtschaftlichkeit ermitteln
- ▶ Investitionsprojekte und Budgets planen und begleiten
- ▶ Finanzielle Zielsteuerung und Wertsteigerung beurteilen

Leadership & Führung

- ▶ Das St. Galler Leadership-Konzept verstehen
- ▶ Idealbilder von Führungskräften erarbeiten und vergleichen
- ▶ Authentisch führen
- ▶ Die Kommunikation zum eigenen Erfolgsfaktor ausbauen

CAS Certificate of Advanced Studie (Semester 3)

- ▶ Unternehmensethik
- ▶ Qualitäts- und Prozessmanagement
- ▶ Positionierung
- ▶ Wertschöpfung & Ressourcenmanagement
- ▶ Performance Management
- ▶ Change Management
- ▶ Risiko Management

MAS Master of Advanced Studies (Semester 4)

Im Zentrum des vierten Semesters steht die Niederschrift der Masterarbeit. Dazu gehören auch drei die Arbeit begleitende Workshop-Tage. Aus dem Regelwerk zur Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten stehen dem Studierenden zudem detaillierte Hilfestellungen zur Verfügung. Auch die Forschungsabteilung der Kalaidos University of Applied Sciences steht unterstützend zur Seite. Ein Coach als Erstreferent begleitet den Studierenden. Die Masterarbeit wird durch einen Erst- und einen Zweitgutachter bewertet.

Upgrade-Programm

Wer am SGMI Management Institut St. Gallen bereits einen Studienlehrgang absolviert oder Management-Seminare besucht hat, kann über ein «Upgrade-Programm» in den EMBA-Lehrgang einsteigen. Bei positivem Zulassungsentscheid werden die bisherigen Studien und Seminare nach Massgabe der neuen Anforderungen des EMBA-Programms angerechnet.

Akkreditierung und Anerkennung

Die Studienangebote vom SGMI Management Institut St. Gallen führen durch die Zusammenarbeit mit Kalaidos zum Executive MBA und damit zur staatlichen Anerkennung sowie zur international gültigen Akkreditierung. Die für die Akkreditierung der Kalaidos zuständige AAQ (Schweizerische Agentur für Akkreditierung und Qualitätssicherung) arbeitet mit international anerkannten Methoden, erfüllt die Richtlinien der «European Standards and Guidelines for Quality Assurance in the Higher Education Area (ESG)» und ist Mitglied der ENQA (European Association for Quality Assurance in Higher Education). Die staatliche und die internationale Anerkennung eines Executive MBA-Abschlusses steht dafür, dass das Studienprogramm höchsten Qualitäts- und Reputationsansprüchen im Bereich der Executive Education genügt.



Zulassung

Zum Executive MBA-Programm werden Kandidatinnen und Kandidaten zugelassen, die folgende Voraussetzungen erfüllen:

- ▶ Qualifizierte Management- und Führungserfahrung von mindestens fünf Jahren.
- ▶ Universitätsabschluss, Abschluss an einer Fachhochschule oder anderer gleichwertiger Abschluss mindestens der Bachelor-Stufe.
- ▶ Für Kandidaten ohne Universitäts- oder Fachhochschulabschluss wird die Zulassung im Rahmen einer «Sur-Dossier-Aufnahme» durch die Zulassungskommission der Kalaidos University of Applied Sciences geprüft.

Studiengebühr



CHF 39'900.– Rechnungsstellung in EUR
zum aktuellen Tageskurs möglich

Die Studiengebühr (zzgl. 8.1% MWST) kann bei Studienbeginn oder in Semesterraten jeweils vor Beginn eines Studiensemesters bezahlt werden.

Einstieg über Upgrade-Programm: Am SGMI Management Institut St. Gallen besuchte Seminare und Diplomstudiengänge können an das Executive MBA Programm angerechnet werden.

1. und 2. Semester: Basisstudium (30 ECTS)				
Lernmodul 1 (6 ECTS)	Lernmodul 2 (6 ECTS)	Lernmodul 3 (6 ECTS)	Lernmodul 4 (6 ECTS)	Lernmodul 5 (6 ECTS)
St. Galler Strategie-Seminar	St. Galler Marketing-Seminar	St. Galler Finanzmanagement-Seminar	St. Galler Advanced Leadership-Seminar	St. Galler Vertiefungs-Seminar
Fernstudium 'Unternehmensführung & Strategie'	Fernstudium 'Marketing & Verkaufsmangement'	Fernstudium 'Finanzen & Controlling'	Fernstudium 'Führung & Leadership'	Fernstudium 'St. Galler Wissens-Bausteine'
Studium der fachspezifischen und modulübergreifenden Literatur				
Erarbeitung von praxisorientierten Fallstudien mit Zwischenqualifikation				
3. Semester: CAS Certificate of Advanced Studies (15 ECTS)				
Selbststudium & themenvertiefende Seminare (9 Präsenztage)				
Fallstudie mit Präsentation				
4. Semester: MAS Master of Advanced Studies (15 ECTS)				
Vorbereitungs-Workshops Master-Thesis (3 Präsenztage)				
Verfassen der Master-Thesis				

Gerne stehen wir Ihnen für ein individuelles, unverbindliches Beratungsgespräch zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30
E-Mail emba@sgmi.ch
Internet www.sgmi.ch/emba



Executive Master-Programme

Executive Master in General Management SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Führungskräfte der Senior-/General-Management-Ebene oder für Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger Erfahrung in leitender Führungsposition, die sich für ihre aktuelle oder künftige Tätigkeit profunde Kenntnisse in ganzheitlicher Unternehmensführung verschaffen wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-66124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Finance SGMI

Master-Diplom für Führungskräfte und Finanzspezialisten, die nach mindestens 5-jähriger Berufserfahrung im Finanz- und Rechnungswesen/Controlling eine intensive Weiterbildung in Finanzmanagement und finanzorientierter Unternehmensführung suchen.

Daten

Anmeldenummer: D-67124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Marketing SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Marketingleiter/-innen und Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger beruflicher Erfahrung im Bereich Marketing, die ein umfassendes, ganzheitliches und praxisorientiertes Studium in Marketing und marktorientierter Unternehmensführung anstreben.

Daten

Anmeldenummer: D-68124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Sales SGMI

Master-Diplom für Verkaufs-, Vertriebsleiter und Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger Erfahrung in Verkaufs- und Vertriebsfunktionen, die ein profundes und ganzheitliches berufsbegleitendes Studium in Verkauf/Vertrieb sowie verkaufsorientierter Unternehmensführung abschliessen wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-69124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in International Management SGMI

Master-Programm in einem internationalen Teilnehmerumfeld für Führungskräfte und Spezialisten mit qualifizierter Managementenerfahrung, die in multinationalen Teams arbeiten, sich auf entsprechende Aufgaben oder eine internationale Karriere vorbereiten und modernstes Wissen zu internationalem oder globalem Management auftanken wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-76124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Leadership SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Personalchefs, HR-Verantwortliche, Führungskräfte mit Management- und Führungserfahrung von mindestens 5 Jahren, die eine ganzheitliche, qualifizierte Weiterbildung in den Bereichen Human Resources Management, Leadership, Führung, Kommunikation, Selbstmanagement und Persönlichkeitsentwicklung suchen.

Daten

Anmeldenummer: D-77124

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Konzept

Die berufsbegleitenden, 18-monatigen Executive Master-Programme (EMP) sind die Alternativen zum Executive MBA (EMBA) und bieten anwendbares Management-Wissen für die Praxis. Speziell geeignet

- ▶ für Führungskräfte, die es in der Hand haben, dank gutem und richtigem Management Resultate zu erbringen, Impulse in eine Organisation hineinzutragen, Veränderungen nicht nur anzusprechen, sondern durch Programme auch zu bewirken.
- ▶ für Entscheidungsträger, die Erfolge weniger dem Zufall, als vielmehr ihrer eigenen Steuerungsfunktion überlassen und dafür neuestes Management-Wissen auftanken und mit einem Master-Abschluss dokumentieren wollen.

Basisprogramm

Das Basisprogramm zu den zentralen Themen ganzheitlicher Unternehmensführung umfasst die folgenden Studieninhalte:

- ▶ **Modul I: Unternehmensführung & Strategie**
- ▶ **Modul II: Marketing & Verkaufsmanagement**
- ▶ **Modul III: Finanzen & Controlling**
- ▶ **Modul IV: Führung & Leadership**

Die Inhalte der vier Module werden im Rahmen eines Fernstudiums sowie studienbegleitender Seminare vermittelt. Zur Wissensvertiefung und -überprüfung dient das Erarbeiten von ganzheitlichen Fallstudien mit Zwischenqualifikationen.

Fachprogramm

Fernstudium (E-learning)

Wissensergänzung und Wissensvertiefung finden in einem internationalen Kontext in englischer Sprache statt und erfolgen im Fernstudium. Nebst dem Literaturstudium nehmen Sie während einem Monat an unserem Distance-Learning-Programm teil, das in Zusammenarbeit mit führenden US-Professoren konzipiert wurde und von diesen geleitet wird.

Workshops

Die fachspezifischen Workshop-Tage dienen der Vertiefung und Umsetzung ausgewählter Themen des entsprechenden Master-Programms. Diese sind modular aufgebaut und können den individuellen Weiterbildungsbedürfnissen entsprechend ausgewählt werden. Einer der vier Workshop-Tage dient jeweils der Vorbereitung auf die Master-Projektarbeit. Dabei werden die Rahmenbedingungen und die Bewertungskriterien erläutert sowie das Thema Ihrer Arbeit mit Ihnen abgestimmt.

Diplomprogramm

Master-Projektarbeit

Basierend auf Ihren Vorschlägen und der inhaltlichen Abstimmung Ihrer Arbeit im Rahmen der Workshop-Tage erhalten Sie von uns das Thema für die Master-Projektarbeit zugewiesen. Das Thema muss in Ihr berufliches Umfeld passen und einen konkreten Nutzen für Ihre praktische Tätigkeit bringen. Sie haben 8 Wochen Zeit, die masterspezifische Arbeit im Umfang von 50 bis 80 Seiten zu erstellen und einzureichen. Während der Schreibzeit steht Ihnen unsere Studienbetreuung bei Fragen zur Verfügung.

Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums präsentieren Sie die zentralen Erkenntnisse Ihrer Master-Projektarbeit, die dabei kritisch hinterfragt werden. Die Bewertung Ihrer Präsentation fliesst dabei in die Gesamtnote der Master-Projektarbeit ein.

Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen

Über die Aufnahme zum Diplomelehrgang entscheidet die SGMI-Studienkommission. Anmeldungen können nur dann berücksichtigt werden, wenn die Bewerberin/der Bewerber die Zulassungsbedingung einer qualifizierten Praxiserfahrung von mindestens 5 Jahren erfüllt. Gerne steht Ihnen unsere Studienberatung für Informationen bezüglich Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen zur Verfügung.

Studienbeginn, Studiendauer

Der Studienbeginn kann individuell festgelegt werden. Der Lehrplan ist so aufgebaut, dass der Diplomelehrgang innert 18 Monaten ab Studienbeginn abgeschlossen werden kann. Die Studiendauer wird unter Berücksichtigung der Zeitplanung des/der einzelnen Absolventen/innen individuell festgelegt. Die maximale Studiendauer beträgt 30 Monate. In Ausnahmefällen wie z. B. infolge Krankheit oder kurzfristig auftretender und unvorhersehener Arbeitsbelastung kann durch ein schriftliches Gesuch die Studienzeit verlängert werden.

Studienunterlagen, Literatur



Auszug Teilnehmerstimmen Executive Master-Programme



Dr. Lars Börger

Innovation & IP Management
Performance Chemicals BASF



«Besonders begeistert an dem Executive Master-Studium hat mich die ganzheitliche systemische Sicht auf das Unternehmen. Dadurch haben sich mir auch in der praktischen Anwendungen viele Zusammenhänge betrieblicher Abläufe erschlossen. Das Studium ist sehr ausgewogen und besticht durch die klare Didaktik und Qualität der Referenten. Das St. Galler-Modell gibt einem das Werkzeug an die Hand, sich in der komplexen Materie der Unternehmensführung selbstständig zu bewegen und urteilsfähig zu sein. Ich kann das Studium nur wärmstens empfehlen.»



Nils Hegerding

Vice President Pulp Sales and
Marketing Europe
Mercer Pulp Sales GmbH



«Das Studium zum «Executive Master in General Management SGMI» war für mich eine grosse Bereicherung. Das vermittelte Wissen ist praxisnah und unmittelbar im beruflichen Alltag umsetzbar. Die Referenten sind ausgezeichnet und das begleitende Material umfassend. Besonders hervorzuheben ist die sehr gute Studienbetreuung und Organisation sowie die flexible Gestaltung des Ablaufs, die es erlaubt Beruf, Familie und Studium gut parallel zu bewerkstelligen. Als Kollateralnutzen werden in den verschiedenen Modulen Kontakte mit interessanten Persönlichkeiten aus anderen Branchen geknüpft, die auch über das Studium hinaus bestehen bleiben. Zusammenfassend ist die Zeit und die Energie in das Studium sehr gut investiert und auf jeden Fall weiterzuempfehlen.»



Torsten May

Leiter Facility Management
STRABAG Property and
Facility Services GmbH



«Der Studiengang zum «Executive Master in General Management SGMI» ist in seiner Art und Weise einzigartig. Die ausgesprochene Praxisnähe, die Flexibilität bei der Gestaltung des Studienganges, die Professionalität der Dozenten, aber auch die Zusammensetzung der Teilnehmer ist super! Alle vermittelten Inhalte sind direkt in der Praxis umsetzbar. Die Möglichkeit, seinen Studiengang der jeweiligen beruflichen Belastung anpassen zu können, ermöglicht eine höchstmögliche Effizienz. Die Auswahl der Dozenten passt perfekt zu den jeweiligen Inhalten. Die branchenübergreifenden Teilnehmer sind der Vernetzung und Erweiterung des geschäftlichen Horizonts enorm zuträglich. Ein anspruchsvoller und absolut wertvoller Studiengang!»



Lisa Dreischl

IT Service Owner
Bayerische Landesbrandversicherung
Aktiengesellschaft



«Der ganzheitliche Ansatz des St. Galler Management Modells verbunden mit der Möglichkeit, einen speziellen Bereich zu vertiefen, haben mich davon überzeugt, mein Executive Master Programm am SGMI Management Institut St. Gallen zu absolvieren. Ich habe mich für die Vertiefung 'HR Management & Leadership' entschieden, da die zentrale Ressource eines jeden Unternehmens meines Erachtens die Menschen sind. Ich wollte hier ansetzen und den Menschen als Ganzes und insbesondere im Kontext der Führung besser verstehen. Besonders im Gedächtnis ist mir in diesem Zusammenhang das Modul 'Neuro Intelligent Leadership' geblieben. Ich war mit dem Aufbau und der Struktur des Studiums sehr zufrieden, vor allem mit der Tatsache, dass die Inhalte nicht ausschließlich theoretischer Natur waren, sondern so praxisnah dargestellt wurden, dass ich in der täglichen Arbeit davon profitiere.»



Thorsten Adria

Director
Engine Parts Repair
Lufthansa Technik AG



«Die 2 Jahre Studienzeit zum «Executive MBA» waren eine wertvolle Mischung aus praxisnahen Studienarbeiten sowie der Erarbeitung neuester theoretischer Grundlagen. Der Aufwand und notwendige persönliche Einsatz waren sehr hoch und einige der Case Studies führten durch die Kombination von Praxiserfahrungen und theoretischer Forschungsarbeit in aktuellen konkreten Projekten zu zusätzlicher Wertschöpfung! Darüber hinaus konnten einige neue internationale, auch persönliche, Kontakte geknüpft werden. Eine wichtige Erfahrung!»



Dipl.-Ing. Karen S. Krönert

Leitung Marketing
die STEG Stadtentwicklung GmbH



«Das SGMI hat die Anwendung von wichtigen Tools und sinnvollen Methoden für komplexe Prozesse gut vermittelt. Für Innovation und Management, für die Vertiefung betriebswirtschaftlicher Kenntnisse und die persönliche Weiterentwicklung ist der Abschluss zum «Executive Master in General Management SGMI» bestens geeignet. Wertvoll ist die Wissensvermittlung zu Unternehmensführung, Strategie und zu strategischen Maßnahmen: gleich umgesetzt und Nutzen gestiftet.»



Beate Makowsky

Leiterin Marketing & Kommunikation
Stv. Geschäftsführerin



«Das SGMI Management Institut St. Gallen mit seiner Partnerin, der Kalaidos University of Applied Sciences Zürich, setzen hohe Massstäbe und kombinieren das theoretische Wissen praxisnah mit aktuellen Fällen der Teilnehmenden. Das Niveau der Dozenten ist sehr hoch und der Wissenstransfer sehr professionell aufgebaut. Zu jeder Zeit werden die Studierenden einbezogen und die Diskussionen waren sehr wertvoll. Im Prozess der Studien- wie auch der Masterarbeit wurde man sehr gut betreut und auf die Aufgabe vorbereitet. Der gesamte Umgang mit den Studierenden, der Studienorganisation und den Dozenten war jederzeit professionell und gut strukturiert. Der Aufwand und der notwendige zeitliche Einsatz waren hoch, brachten aber im Gegenzug einen hohen Mehrwert in Form von aktuellem Wissen und Austausch mit Fachexperten und Mitstudierenden. Das «Executive MBA» Programm kann ich jedem empfehlen, der in seine berufliche Zukunft investieren möchte.»



Peter Schäfer

Director
Global Sourcing Nacelle Electrics
and Electronics
Nordex Energy SE & Co. KG



«Das Studium zum Executive MBA war für mich eine Herausforderung, welche mir aber für die Gesamtdauer des Programms trotzdem viel Freude bereitet hat. Das lag zum einen am Aufbau und Ablauf des Studiums und zum anderen an den angewendeten Methoden. Die Theorie wird mit praxisnahen Fallstudien und interaktiven Diskussionen sowie mit Gruppenarbeiten vermittelt. Die Referenten sind ausgezeichnet und vermitteln Wissen mit guten Beispielen aus den eigenen beruflichen Erfahrungswerten. Hervorzuheben sind die flexible Gestaltung des Studiums sowie die sehr gute Studienbetreuung und Organisation. Der Austausch mit anderen Teilnehmern aus verschiedenen Branchen ist zudem ein positiver Effekt und erweitert das eigene Netzwerk. Das Studium ist auf jeden Fall empfehlenswert.»



Bernhard Gottwald

Underwriting Operations Manager
P&C Continental Europe
GE Insurance Solutions



«Ein hervorragendes Master-Programm mit exzellenten Referenten, welches in einem ganzheitlichen Ansatz die Kernthemen der Betriebswirtschaft praxisnah vermittelt. Die Balance aus Präsenzseminaren und Fernstudium ist gut gewählt und der Austausch mit Teilnehmern aus verschiedenen Branchen sehr interessant. Insgesamt hat dieses Programm meine Erwartungen übertroffen und ist sehr empfehlenswert.»



Christian Klier

Geschäftsführer Vertrieb

«Ich konnte in kürzester Zeit meinen Diplomlehrgang zum «Executive Master in General Management» absolvieren. Dies war aber nur aufgrund der hohen Flexibilität sowie den gut durchdachten Gliederungen der verschiedenen Weiterbildungsthemen möglich. Untermauert wird das großartige Programm durch den ganzheitlichen Management-Ansatz, der durch die Referenten sehr gut vermittelt wird.»



Samy Ibrahim

Leiter Fixed Income, IASF
Zürcher Kantonalbank



«Das «Executive MBA-Programm» vermittelt sehr gute theoretische Grundlagen in Kombination mit anwendbaren und anschaulichen Beispielen und Erfahrungen aus der Praxis, die ihrerseits von sehr guten Referenten vermittelt werden. Ein aufwendiges Programm, bei dem man sehr viel lernt!»



Markus Bacher

Leiter Technologie und Infrastruktur
Die Schweizerische Post/
Informationstechnologie



«Dieser Diplomlehrgang war eine sehr wertvolle Erfahrung. Durch den ausgewogenen Mix von Theorie und Praxis wurden die Themen nachhaltig vermittelt. Das erworbene Wissen konnte so direkt in den Arbeitsalltag transformiert werden. Besonders überzeugt haben mich die Referenten, welche sich durch ihre Didaktik und hohe Fachkompetenz auszeichneten. Zudem konnte das persönliche Netzwerk im Verlaufe des Lehrgangs stetig erweitert werden. Die Ausbildung kann ich nur weiterempfehlen.»



Mag. Barbara Duhm

Business Unit Manager
Consumer Health Care
Merck GesmbH Österreich



«Jeder Euro und jede Stunde Zeitaufwand für die SGMI-Weiterbildung hat sich in kürzester Zeit amortisiert und ist eine Investition für die Zukunft. Conclusio: Ich bin zufrieden, mein Chef ist zufrieden und meine Geschäfte gehen besser!»

SGMI Master of Management

1- bis 2-jähriges, berufsbegleitendes Studium für leistungsorientierte Führungskräfte, Spezialisten und hoch talentierte Nachwuchsführungskräfte; Kombination von Fernunterricht und Teilnahme an Management-Seminaren, Lernkontrolle durch Zwischenqualifikationen, Abschluss durch praxisorientierte Diplomarbeit als «SGMI Master of Management» (Dipl. Betriebsökonom SGMI).

Konzept

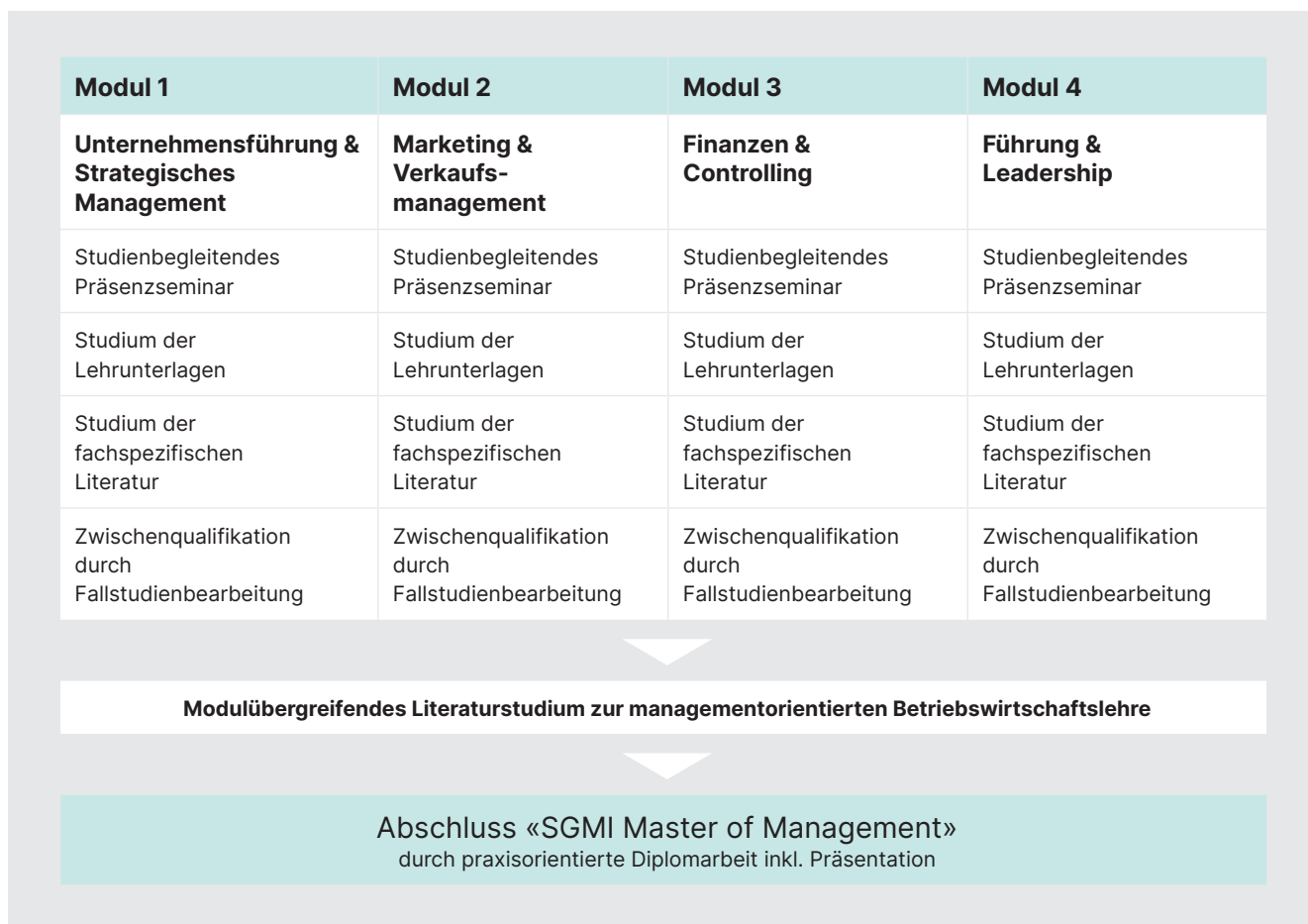
Der Lehrgang zum «SGMI Master of Management» bezweckt, leistungsorientierten Führungskräften, Spezialisten und hoch talentierten Nachwuchsführungskräften und Praktikern den Zugang zu einem praxisorientierten betriebswirtschaftlichen Studium zu ermöglichen. Nach ein-, maximal zweijährigem berufsbegleitendem Fernstudium in Kombination mit 16 studienbegleitenden Seminartagen, regelmässigen Zwischenqualifikationen und einer abschliessenden Diplomarbeit mit Präsentation, kann das vom SGMI Management Institut St. Gallen verliehene Diplom zum «SGMI Master of Management» erworben werden.

Die intensive Weiterbildung unterstützt Sie in Ihrem Beruf als «Manager» oder bereitet Sie auf diese Aufgabe vor und dokumentiert Ihr ganzheitliches, umfassendes Verständnis für Unternehmensführung und Betriebswirtschaft.

Teilnehmer/innen

Absolventen des Lehrgangs sind leistungsorientierte Führungskräfte und Praktiker, die

- ▶ eine intensive, ganzheitliche Aus- und Weiterbildung in Betriebswirtschaft und Unternehmensführung suchen,
- ▶ sich durch besonderes Engagement auszeichnen und bereit sind, berufsbegleitend aktiv in Präsenzseminaren und im Fernstudium an den einzelnen Themenbausteinen zu arbeiten,
- ▶ besonders Wert auf eine praxisnahe Weiterbildung legen, die direkten Nutzen am Arbeitsplatz bringen soll,
- ▶ daran interessiert sind, ihren Lernfortschritt im Rahmen von Zwischenqualifikationen sowie einer praxisorientierten Diplomarbeit transparent zu machen und mittels Diplom zu dokumentieren.



Lehrinhalte

Der Lehrstoff zum «SGMI Master of Management» umfasst die folgenden vier Module:

- ▶ **Modul I: Unternehmensführung & Strategie**
- ▶ **Modul II: Marketing & Verkaufsmanagement**
- ▶ **Modul III: Finanzen & Controlling**
- ▶ **Modul IV: Führung & Leadership**

Alle vier Module beinhalten den Besuch eines fachspezifischen Seminars und des damit verbundenen Fernstudiums, bestehend aus

- ▶ dem Studium der Lehrunterlagen und der modul-spezifischen Fachliteratur
- ▶ sowie der Erarbeitung einer praxisorientierten Case Study zur Lernfortschrittskontrolle und Zwischenqualifikation.

Zulassung

Eintrittsgespräch

Nach Eingang und Prüfung Ihrer Bewerbungsunterlagen (ausgefüllter Bewerbungsbogen mit beigelegtem Lebenslauf) werden Sie zu einem Eintrittsgespräch nach St.Gallen eingeladen. Anlässlich dieses Gesprächs werden Ihre Fähigkeiten, Weiterbildungsziele und beruflichen Entwicklungsperspektiven erörtert sowie Ihr individueller Studienplan für den Lehrgang zum «SGMI Master of Management» erstellt.

Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen

Über die Aufnahme zum Diplomlehrgang entscheidet die SGMI-Studienkommission. Anmeldungen können nur dann berücksichtigt werden, wenn die Bewerberin/der Bewerber die Zulassungsbedingung einer qualifizierten Praxiserfahrung von mindestens 3 Jahren erfüllt. Gerne steht Ihnen unsere Studienberatung für Informationen bezüglich Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen zur Verfügung.

Studienbeginn, Studiendauer

Der Studienbeginn kann individuell festgelegt werden. Der Lehrplan ist so aufgebaut, dass der Diplomlehrgang innert 12 Monaten ab Studienbeginn abgeschlossen werden kann. Die Studiendauer wird unter Berücksichtigung der Zeitplanung des/der einzelnen Absolventen/in individuell festgelegt. Die maximale Studiendauer beträgt 24 Monate. In Ausnahmefällen wie z.B. infolge Krankheit oder kurzfristig auftretender und unvorgesehener Arbeitsbelastung kann durch ein schriftliches Gesuch die Studienzeit verlängert werden

Zeitliche Beanspruchung

Berufsbegleitendes Fernstudium

Der durchschnittliche Zeitbedarf für das Bearbeiten des berufsbegleitenden Fernstudiums (bestehend aus dem Studium der Lehrunterlagen und der Fachliteratur sowie der Erarbeitung von Case Studies als Lernfortschrittskontrolle) beträgt etwa 8 Stunden pro Woche (z.B. 2 Abende).

Studienbegleitende Seminare

Der Zeitbedarf für die Teilnahme an den studienbegleitenden Präsenzseminaren beläuft sich auf insgesamt 16 Tage, aufgeteilt in 4 Blöcke. Die Zeitpunkte der Seminarbesuche können dabei individuell festgelegt werden.

Dozentenstab und Prüfungskommission

Der Dozentenstab vereinigt Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Managementberatung und Praxis. Alle Referenten verfügen über einen reichhaltigen Erfahrungsschatz und entsprechende Praxisnähe.

Studienunterlagen, Literatur



Daten

Anmeldenummer:	D-60124
Beginn:	individuell festlegbar
Fernstudium:	berufsbegleitend
Seminare:	individuell zusammengesetzt
Diplomarbeit:	frühestens nach 12 Monaten
Prüfungsvorbereitung:	ca. 2 Monate vor der Prüfung (optional)

Studiengebühr

CHF 23 900.– Rechnungsstellung in EUR
zum aktuellen Tageskurs möglich



Die Studiengebühr (zzgl. 8.1% MWST) kann bei Studienbeginn oder in Semesterraten jeweils vor Beginn eines Studiensemesters bezahlt werden.

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

Auszug Teilnehmerstimmen SGMI Master of Management

(Dipl. Betriebsökonom SGMI)



Hanspeter Zwahlen

Produktionsleiter
Geschäftsleitungsmitglied
Orbiswiss AG



«In den sehr kompakten Modulen des Lehrgangs «Dipl. Betriebsökonom SGMI» wurden in kurzer Zeit praxisorientiert, verständlich und ineinandergreifend die Themen Unternehmensführung/Strategie, Finanzen/Controlling, Marketing/Verkaufsmanagement und Führung/Leadership aus der Sicht des St. Galler Management-Modells mitreissend und nachhaltig vermittelt. Eine Investition, die sich lohnt.»



Christoph Sigrist

Leiter Datenservice-Center
Helsana Versicherungen AG



«Einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg des Lehrganges «Dipl. Betriebsökonom SGMI» haben die sehr guten Referenten mit der stets guten Verbindung von Theorie und Praxis geleistet. Ebenso wird die Umsetzung des St. Galler Management-Modells in die Praxis wesentlich erleichtert. Die von den Referenten zur Verfügung gestellten Unterlagen und Tools können gut angewendet werden. Die Zusammensetzung der Teilnehmer in den verschiedenen Seminaren ist eine Bereicherung. Da aus den unterschiedlichsten Bereichen und dem ganzen deutschsprachigen Raum zusammengestellt, stellt das eine gute Möglichkeit dar, den Horizont zu erweitern und den Erfahrungsaustausch zu pflegen. Der Lehrgang war eine sehr gute Investition.»



Stephan Schwarz

Senior Product Manager
IIC-INTERSPORT International Corp.



«Das Master-Programm zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» kann ich all jenen empfehlen, welche eine komplette Weiterbildung suchen und aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit auf eine flexible Lösung angewiesen sind. Die verschiedenen Module sind übersichtlich gestaltet und die Begleitliteratur gut ausgewählt. Der St. Galler Management Ansatz fördert das ganzheitliche betriebswirtschaftliche Denken und wird den Teilnehmern logisch und praxisnah vermittelt. Das Programm kann individuell und nach persönlichen Interessen und Stärken gestaltet werden. Die Seminare werden von praxiserfahrenen Referenten geleitet und die im Selbststudium gelernte Theorie kann mit Beispielen und Workshops vertieft werden. Ein weiterer Vorteil ist die internationale Zusammensetzung der Seminargruppen welche eine sehr interessante Plattform zum gegenseitigen Meinungsaustausch bietet. Die erhaltenen Tools und Hilfsmittel können im beruflichen Alltag eingesetzt werden und bilden mittlerweile wichtige Bestandteile meiner täglichen Arbeit. Eine zeitintensive aber praxisorientierte Top-Ausbildung für moderne Führungskräfte.»



Marco Eggenberger

Projektleiter
Weltklasse Zürich



«Die zunehmende Verantwortung, die mir im Laufe meiner Tätigkeit vom Arbeitgeber übertragen wurde, gekoppelt mit dem persönlichen Ehrgeiz, mir mehr Betriebswirtschaftswissen anzueignen, riefen eine entsprechende Weiterbildung auf meinen Karriereplan. Das SGMI Management Institut St. Gallen wurde mir bezüglich idealen Optionen einerseits von Arbeitskollegen empfohlen und übertrumpfte andererseits punkto Programmflexibilität die vergleichbaren Ausbildungsinstitutionen. Die sehr professionelle und persönliche Beratung, die ich im Umfeld der Auswahl des spezifischen Lehrgangs erfuhr, war schliesslich für die Entscheidung, am SGMI zu beginnen, ausschlaggebend. Für diesen Schritt bin ich bis heute dankbar. Die Weiterbildung verlief wie vom Institut in Aussicht gestellt und erfüllte in jedem Sinne meine Erwartungen. Von der Flexibilität des Instituts in Bezug auf die Intensität meines Studieneinsatzes profitierte ich im Event Management besonders. Diese Qualität des Lehrgangs zeigte sich des Weiteren auch in den einzelnen Fachrichtungen. So war mein Vorwissen im Marketing berufsbedingt klar am grössten und in Finanzen & Controlling am kleinsten. Der Lernstoff und die Seminare waren jedoch so ausgelegt, dass ich mein Wissen im Marketing sehr gewinnbringend vertiefen und in Finanzen & Controlling vieles neu erschliessen konnte. Diese Erfahrung teilen übrigens auch diverse „Studienkollegen“, welche zum Beispiel ihre Kernkompetenzen im Finanzbereich oder dem operativen Management einer IT-Firma hatten. Ein weiterer Grund also, weshalb ich diesen Diplomalhrgang wärmstens empfehlen kann.»



Christoph Aebi

Director AutoScout24
Scout24 Schweiz AG



«"Die einzige Konstante ist die Veränderung": wir dürfen uns in einer Zeit mit immer kürzeren Zyklen und globalen Einflüssen an den Märkten bewegen. Dabei sind wir als Entscheidungsträger angehalten, Verantwortung für unser Wirken und Handeln zu tragen. Nebst unseren Erfahrungen in der Praxis sind wir bestens bedient, von Zeit zu Zeit unser Wissen zu erweitern und uns mit Personen mit ähnlichen Herausforderungen zu vernetzen, um auch morgen die Unternehmungen fit am Markt zu halten, damit Mehrwerte gegenüber unseren Kunden und Anspruchsgruppen real bleiben. Im Lehrgang zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» durfte ich von erfahrenen und praxisnahen Dozenten das "St. Galler Management-Modell" erlernen und anlässlich der Seminare sowie im Selbststudium vertiefen. Mittels den Fallstudien zu den einzelnen Modulen konnte das Gelernte direkt angewendet werden, um dann in der Unternehmung konkrete Massnahmen zu planen und umzusetzen. Das SGMI betreut seine Teilnehmer persönlich und individuell, um den Lehrplan nach Möglichkeiten optimal auf die jeweilige Situation im Geschäftsalltag abzustimmen. Das Engagement hat seinen Preis, ich kann einem jeden diese Herausforderung aber empfehlen. Ich würde mich heute wieder für das SGMI Management Institut St. Gallen entscheiden.»

**Arben Gojani**

Versicherungs- /Vorsorge-
und Firmenberater
Allianz Suisse



«Die Ausbildung zum «Dipl. Betriebsökonom SGMi» hat mich aufgrund des ganzheitlichen betriebswirtschaftlichen Studiums auf der Basis des St. Galler Management-Modells sehr überzeugt. Die erstklassigen Dozenten und das internationale Teilnehmerfeld aus den unterschiedlichsten Branchen werten die anspruchsvollen Seminare enorm auf. Das erlernte Wissen sowie die zur Verfügung gestellten Tools und Hilfsmittel kann ich im Alltag bestens einsetzen. Diese Top-Ausbildung kann ich allen Führungskräften nur empfehlen. Eine Investition, die sich absolut lohnt.»

**Gerhard Marty**

Leiter Produktion/QS
Reismühle Brunnen,
Division der Coop, Basel



«Ich habe den Lehrgang «Dipl. Betriebsökonom SGMi» gewählt, um mein Wissen für die Betriebsführung zu vervollständigen. Der ganzheitliche St. Galler Ansatz ist das Kernstück des Studiums, der sich wie ein roter Faden durch die Weiterbildung zieht und sich praxisnah einsetzen lässt. Die sehr gut moderierten Seminarblöcke machen es möglich, sich vertieft mit den verschiedenen Themen auseinander zu setzen. Die Unterlagen und die Beispiele aus der Praxis waren top aktuell, so dass die Lehrinhalte sehr interessant und abwechslungsreich gestaltet waren. Die zeitliche Beanspruchung ist intensiv und benötigt ein strukturiertes Vorgehen, um den gesamten Lernstoff zu erarbeiten. Fazit: als gesamtheitliche Weiterbildung in der Betriebswirtschaft für Führungskräfte ist es die optimale Form der Wissensaneignung. Meine Erwartungen wurden mehr als erfüllt.»

**Stephan Tafferner**

Vertriebsleiter Region Süd
Prokurist
Pluradent AG & Co K



«Erfolgreiches Management bedingt ein ganzheitliches Vorgehen. Dieses ist mit der praxisorientierten, betriebswirtschaftlichen Ausbildung zum «Dipl. Betriebsökonom SGMi» bestens gewährleistet. Eine professionelle Studienbegleitung und die Spezialisten aus der Praxis unterstreichen das top Niveau dieser Management-Weiterbildung. Das intensive Selbststudium der Lehrgangsunterlagen Unternehmensführung & Strategie, Führung & Leadership, Marketing & Verkaufsmanagement sowie Finanzen & Controlling wird durch Praxisseminare und anspruchsvolle Fallstudien ergänzt. Wissen und Kompetenzen werden aufgebaut und können wirkungsvoll im Geschäftsalltag umgesetzt werden. Die praktische Abschlussarbeit ist das Sahnehäubchen dieser anspruchsvollen Weiterbildung am SGMi. Ich bin stolz, diese Herausforderung angenommen zu haben!»

**Robin Graber**

Leiter Galerien und Kunstmessen
VIA MAT ARTCARE AG



«Der Diplomalweg «Dipl. Betriebsökonom SGMi» war für mich aus zwei wesentlichen Gründen sehr interessant: Einerseits für mich persönlich, um meine Kenntnisse zu erweitern und um neue Leute und Studienkollegen kennenzulernen. Die damit verbundenen Seminare, deren Umgebung und die ausgezeichneten Dozenten, die mich sehr begeistert haben, waren für mich hervorragend. Mit dieser Weiterbildung fühle ich mich bereit, neue Entwicklungen und die neuen Herausforderungen aufzunehmen. Andererseits war das SGMi Management Institut St. Gallen für meine Karriere die ideale Wahl. Nach vielen Vergleichen war SGMi die einzige Business School, die mir eine derart ganzheitliche Weiterbildung anbieten konnte. Die Zusammenstellung des Lehrgangs mit den Präsenzseminaren, dem Fernstudium und den Fallstudien hat genau meinem Wunsch entsprochen. Die Vision, die hohe Qualität sowie die Kompetenz der Dozenten waren für mich äusserst überzeugend und von grossem Nutzen. Alles was ich gelernt habe, kann ich im Alltag einsetzen und dieser Aspekt ist für mich unbezahlbar. Ich würde diese Top-Ausbildung wirklich allen weiterempfehlen.»

**Reto Wyss**

Manager / IT Security Officer
Technical Competence Center
Institut Straumann AG



«Investition in die Zukunft! Jeder der sich die Frage stellt, sich in betriebswirtschaftlicher Richtung weiterzubilden, sollte sich auf jeden Fall den Lehrgang zum «Dipl. Betriebsökonom SGMi» anschauen. Schon beim ersten Kontakt am Studiengespräch, spürt man die praxisorientierte Vorgehensweise. Durch erfahrene Spezialisten beim SGMi fühlt man sich gut aufgehoben und beraten. Dies widerspiegelte sich – wie ein roter Faden – durch die sehr professionell organisierten und durchgeführten Seminare. Die Möglichkeit, die Seminare individuell nach Wissensstand und Bedarf zusammenzustellen, hilft zusätzlich, den Lehrplan attraktiv zu gestalten und auf sich selber abzustimmen. Ein zusätzlicher positiver Nebeneffekt war, innerhalb der Seminarblöcke sehr interessante Kollegen und Freunde kennen lernen zu können. Erfahrungen aus allen Business- wie auch aus persönlichen und privaten Bereichen prallten aufeinander und wurden ausgetauscht. Die Seminare, Kursunterlagen, Fallbeispiele und Prüfung sind sehr anspruchsvoll. Jeder der sich zu dieser Weiterbildung entscheidet, muss entsprechend seinen Teil zum guten Gelingen beitragen. Es waren 1½ Jahre sehr gut investierte Zeit und investiertes Geld!»

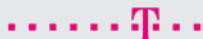
Auszug Teilnehmerstimmen SGMI Master of Management

(Dipl. Betriebsökonom SGMI)



Marc Vesshoff

Chef vom Dienst
Deutsche Telekom, T-Online



«Der Studiengang zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» ist praxisnah und anwendungsorientiert. Die Lehrunterlagen bieten einen fundierten Einstieg in die Betriebswirtschaft, der durch Seminare mit erstklassigen Referenten erleichtert und vertieft wird. Besonders die realitätsnahen Fallbeispiele der Seminare und deren Bearbeitung in Kleingruppen erlauben eine intensive Erarbeitung der Inhalte der Studiums. Im Laufe des Studiums wird mit Zunahme des Wissensstandes immer mehr der «Rote Faden» des gesamten Lehrgangs deutlich, der – trotz aller Komplexität der Materie – die verschiedenen Bereiche der Betriebswirtschaft ganzheitlich erschließbar macht. Nicht zuletzt gewinnt der Studiengang dadurch an Qualität, dass in den Veranstaltungen Vertreter der verschiedensten Berufe und Karrierestufen anzutreffen sind, die jedem Teilnehmer einen Blick weit über den Tellerrand der eigenen Branche und der eigenen Erfahrungswelt hinaus ermöglichen und so dazu beitragen, den persönlichen Horizont zu erweitern. Ich habe den Studiengang zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» bereits engagierten Kollegen empfohlen.»



Frank Panhans

Dipl.-Ing. FH; EWE
Bereichsleitung Netze-Services
Industrielle Werke Basel (IWB)



«Nachdem ich mich bereits vor einigen Jahren im Rahmen eines General-Management-Programms vom Inhalt und von der Qualität der beim SGMI Management Institut angebotenen Aus- und Weiterbildung überzeugen konnte, bin ich auf der Suche nach einer Generalisten-Weiterbildung auf den Lehrgang «Dipl. Betriebsökonom SGMI» gestossen. Speziell daran hat mich das breit gefächerte Spektrum von Unternehmensführung/Strategie über Finanzen/Controlling und Marketing/Verkaufsmanagement bis hin zu Führung/Leadership gereizt. Die Unterrichtsblöcke, welche ausnahmslos von hochqualifizierten Dozenten mit fundierter Praxiserfahrung abgehalten werden, zeigen eindrücklich den Zusammenhang der verschiedenen Themen innerhalb eines Unternehmens auf. In Kombination mit dem Selbststudium von Fachliteratur und den zu erstellenden Fallstudien erfolgt eine vertiefte Auseinandersetzung und Anwendung des Erlernten. Die zur Verfügung gestellten Unterlagen und Templates können zielführend im Berufsalltag eingesetzt werden. Ich kann diesen Studiengang all denjenigen empfehlen, die eine abgerundete Aus- und Weiterbildung suchen und bereit sind, in den erforderlichen, nebenberuflichen Aufwand zu investieren.»



Peter Mahr

Key Account Manager
Sirona Dental Systems GmbH



«Mein erster Kontakt mit dem SGMI Management Institut St. Gallen war bereits vor 3 Jahren. Ich besuchte damals das St. Galler Führungs-Seminar. Die darin erlangten Kenntnisse und die didaktisch hervorragende sowie praxisnahe Gestaltung des Seminars brachte mir wichtige und sofort umsetzbare Ansätze für meine Führungsaufgaben. Ein Jahr später habe ich mich für eine umfassende betriebswirtschaftliche Weiterbildung beim SGMI erkundigt und habe den Lehrgang des «Dipl. Betriebsökonom SGMI» in Angriff genommen. Besonders erfreulich war, dass mir das vorher besuchte Einzelmodul angerechnet wurde. Die Zusammenstellung des Lehrgangs mit den Präsenzseminaren, dem Fernstudium und den Fallstudien hat genau das vermittelt, was ich mir persönlich vorgestellt habe. Der gesamte Inhalt wurde sehr kompakt dargestellt und konnte dann entsprechend zu Hause nachgearbeitet werden. Jedes Präsenzseminar war durch hochkarätige Referenten, alles Profis in Ihren Gebieten, sehr kurzweilig aber mit entsprechendem Tiefgang gehalten. Die Inhalte des Programms sind sehr praxisnah, verständlich und umsetzbar. Mir hat es persönlich sehr viele neue Erkenntnisse gebracht! Die Ausbildung zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» ist anspruchsvoll und man sollte sich vorher im Klaren sein, dass man über die Lehrgangsdauer die notwendige Zeit und Unterstützung vom Arbeitgeber aber auch von der Familie benötigt, um erfolgreich abzuschliessen. Die Diplomprüfung am Ende des Lehrgangs mit dem schriftlichen und mündlichen Teil ist noch der abschliessende „Kick“. Für mich war es die optimale Weiterbildung!»



Wilhelm-Ulrich Sander

Vertriebsleiter Deutschland
sani-trans GmbH



«Das Fernstudium zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» überzeugt auf allen Ebenen. Aufbauend auf dem ganzheitlichen St. Galler Ansatz werden die neuesten Erkenntnisse und praktischen Entwicklungen durch hoch qualifizierte und engagierte Dozenten vermittelt. Der Anspruch ist fordernd und das zu bewältigende Wissenspensum enorm. Verständliche Präsentationen, strukturierte Zusammenstellungen, die Pflichtlektüre und die Einübung des Wissens anhand von Praxisbeispielen sind jedoch gute Voraussetzungen zum Lernen. Insbesondere waren vor dem Hintergrund einer herausfordernden beruflichen Praxis die bewerteten Zwischenqualifikationen und der Workshop sehr hilfreich bei der Prüfungsvorbereitung. Erlernt werden nicht nur der ganzheitliche Ansatz, theoretische Modelle, Methoden und sehr hilfreiche Tools, sondern insbesondere auch eine Haltung, sich nicht auf dem Erreichten auszuruhen und die Zukunft bei allen Entscheidungen immer im ganzheitlichen Blick zu behalten – eine einzigartige Ausbildung auf Top-Niveau.»

Berufsbegleitendes Intensiv-Lernen während etwa 6 Monaten zu den Erfolgsgrundlagen unternehmerischen Handelns mit dem Ziel, das «St. Galler General Management-Diplom» des SGMI Management Instituts St.Gallen verliehen zu bekommen.

Aufbau

Der Diplomelehrgang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema aus dem eigenen Arbeitsumfeld
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

Führungskräfte, die nach mehrjähriger erfolgreicher Praxis (mind. 5 Jahre Führungsposition) modernstes General Management-Wissen ganzheitlich und systematisch auf-tanken und ihre in der Praxis gewonnenen Erkenntnisse kritisch hinterfragen wollen. Speziell geeignet für Füh-rungskräfte aus dem Middle Management, Nachwuchs-kräfte, die sich auf General Management-Funktionen vor-bereiten, sowie funktionale Spezialisten, die sich Wissen über ganzheitliche Unternehmensführung aneignen wol-len. Der General Management-Diplomelehrgang vermittelt modernes Wissen zur Führung von Unternehmen, Ge-schäftsbereichen, Tochtergesellschaften, Filialen und Teil-bereichen mit Ergebnis- oder Kostenverantwortung. Mit dem Erwerb des General Management-Diploms belegen Sie ein grundlegendes Verständnis des ganzheitlichen Managements.

Themenschwerpunkte

1. Seminare

Inhaltsschwerpunkte des 2-mal 4-tägigen Seminars sind:

- ▶ Ganzheitliche Unternehmensführung
- ▶ Strategisches Management
- ▶ Struktur- und Prozessmanagement
- ▶ Marketing Management
- ▶ Online Marketing und neue Medien
- ▶ Finanzielle Führung
- ▶ Controlling
- ▶ Leadership und Führung
- ▶ Human Resources Management

2. Workshops

In zwei 2-tägigen Workshops werden ausgewählte The-men aus dem Seminarteil vertieft und trainiert.

3. Literaturstudium

Ausgewählte Bücher und Standardwerke zum General Management sind durchzuarbeiten und in die Diplom-arbeit einzubauen.



4. Diplomarbeit

Basierend auf Ihren Themenvorschlägen haben Sie vier Wochen Zeit, eine Diplomarbeit zu verfassen, die einen konkreten Nutzen für Ihre praktische Tätigkeit liefert.

5. Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums «verteidigen» Sie Ihre Diplomarbeit gegen kritisches Hinterfragen.

6. Diplom

Das «St. Galler General Management-Diplom» wird verlie-hen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminar und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestandenes Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-61224	Seminar 1	22. - 25.04.2024
	Seminar 2	10. - 13.06.2024
	Workshops	08. - 11.07.2024
	Diplomarbeit	Sommer 2024
	Kolloquium	21.10.2024
D-61324	Seminar 1	02. - 05.09.2024
	Seminar 2	11. - 14.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-61424	Seminar 1	04. - 07.11.2024
	Seminar 2	11. - 14.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmd01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Marketing Management-Diplom

Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen des Marketing Managements mit dem Ziel, dank berufsbegleitendem Engagement das «St. Galler Marketing Management-Diplom» zu erwerben.

Aufbau

Der Diplomaltehrang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema aus dem Marketing
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

Zugelassen werden Bewerber/innen, die mindestens 3 Jahre Berufserfahrung in Marketing, Marketing-Services, Kunden- oder Produktmanagement nachweisen können und eine ganzheitliche Marketing-Weiterbildung anstreben. Mit dem Erwerb des Marketingleiter-Diploms qualifizieren Sie sich für eine Marketing-Funktion mit konzeptionellen Schwerpunkten: Erarbeitung von Marketing-Konzepten, Planung von Neueinführungen, Optimieren des Markterfolgs. Sie dokumentieren, dass Sie die Konzepte einer kundenorientierten Unternehmensführung kennen und zum Einsatz bringen können.

Themenschwerpunkte

1. Seminare (2-mal 4 Tage)

- ▶ Von Kundenorientierung zu Total Customer Care
- ▶ Marketing-Konzept
- ▶ Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- ▶ Corporate Identity und Corporate Image
- ▶ Strategische Segmentierung
- ▶ Markenpolitik und Markenpflege
- ▶ Erarbeiten und Umsetzen von Marketing-Strategien
- ▶ Produkt-, Service- und Sortimentspolitik
- ▶ Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- ▶ Key Account Management, Preisstrategien
- ▶ Online Marketing
- ▶ Marketing-Controlling

2. Workshops

Zwei 2-tägige Workshops erlauben, den Seminarstoff gezielt zu vertiefen. Anhand von strukturierten Marketing-tools lernen Sie, eigene Marketing-Konzepte zu entwickeln.

3. Literaturstudium

Sie studieren ausgewählte Marketing-Literatur zur Abrundung des Seminar- und Workshop-Lehrstoffs.



4. Diplomarbeit

Das Thema Ihrer Diplomarbeit wird sich auf ein aktuelles Branchenproblem beziehen und soll somit einen konkreten Umsetzungsnutzen für Ihre berufliche Tätigkeit bringen.

5. Kolloquium

Im Rahmen des Kolloquiums präsentieren Sie Ihre Diplomarbeit.

6. Diplom

Das «St. Galler Marketing Management-Diplom» wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestandenes Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-62324	Seminar 1	02. - 05.09.2024
	Seminar 2	04. - 07.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-62424	Seminar 1	25. - 28.11.2024
	Seminar 2	19. - 22.05.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025
D-62125	Seminar 1	20. - 23.01.2025
	Seminar 2	19. - 22.05.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/smd01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 108ff.

Berufsbegleitender Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen des Verkaufsmanagements mit dem Ziel, nach etwa 6 Monaten das «St. Galler Sales Management-Diplom» des SGMI Management Instituts St. Gallen verliehen zu bekommen.

Aufbau

Der Diplomaltegang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema aus dem Verkaufsmanagement
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

- ▶ Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter aus Verkaufs- und Vertriebsfunktionen, die einen beruflichen Aufstieg in das Verkaufs- oder Vertriebsmanagement planen.
- ▶ Bewährte Verkäufer, die für die Aufgaben eines Verkaufsleiters vorbereitet werden sollen.
- ▶ Führungskräfte, die bisher Umsatzverantwortung, neu Kundenverantwortung übernehmen wollen.
- ▶ Spezialisten mit dem Berufsziel «Key-Account-Manager»
- ▶ Verkaufsleiter und Kundenverantwortliche

Der Diplomaltegang eignet sich speziell für qualifizierte Mitarbeiter/innen aus kunden- und verkaufsorientierten Funktionen, die ihren beruflichen Erfolg durch eine diplomierte Verkaufsausbildung absichern wollen.

Themenschwerpunkte

1. Seminare (2-mal 4 Tage)

- ▶ Ganzheitliches Verkaufs- und Marketing-Management
- ▶ Die Optimierung des Kundennutzens
- ▶ Voraussetzungen für Verkaufs- und Markterfolg
- ▶ Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- ▶ Erarbeiten und Umsetzung einer Marketing-Strategie
- ▶ Von der Marketing-Strategie zum Verkaufskonzept
- ▶ Analyse von Kaufentscheidungsprozessen
- ▶ Produkt-/Marktkonzepte
- ▶ Die Steuerung des Verkaufsprozesses
- ▶ Key-Account-Management, E-Commerce
- ▶ Verkaufscontrolling, Verkaufsführung

2. Workshops

In den 2-tägigen Workshops werden ausgewählte Themen des Verkaufsmanagements vertieft behandelt und auf die teilnehmerspezifischen Gegebenheiten umgesetzt.

3. Literaturstudium

Zur Abrundung des Seminar- und Workshop-Stoffs ist ergänzendes Literaturstudium nötig.



4. Diplomarbeit

Das Thema Ihrer Diplomarbeit wird sich auf ein aktuelles Branchenproblem beziehen und soll somit einen konkreten Umsetzungsnutzen für Ihre berufliche Tätigkeit bringen.

5. Kolloquium

Im Rahmen des Kolloquiums präsentieren Sie Ihre Diplomarbeit.

6. Diplom

Das «St. Galler Sales Management-Diplom» wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestanden Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-63324	Seminar 1	02. - 05.09.2024
	Seminar 2	04. - 07.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-63424	Seminar 1	25. - 28.11.2024
	Seminar 2	19. - 22.05.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025
D-63125	Seminar 1	20. - 23.01.2025
	Seminar 2	19. - 22.05.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/smd02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Produktmanagement-Diplom

Intensiv-Lehrgang plus Vertiefung zu den zentralen Themen erfolgreichen Produktmanagements mit dem Ziel, berufsbegleitend das «St. Galler Produktmanagement-Diplom» zu erwerben.

Aufbau

Der Diplomlehrgang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Begleitendes Literaturstudium
- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema des Produktmanagements
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

Speziell geeignet für

- ▶ Produktverantwortliche, Länderbetreuer, Zielgruppenspezialisten und Fachverantwortliche, die impulsgebende Funktionen für ein Produkt, eine Marke oder eine Produktlinie ausüben und eine ganzheitliche, praxisorientierte Weiterbildung mit Diplomabschluss suchen.
- ▶ Nachwuchskräfte, die sich eine umfassende Kompetenzen zum Produktmanagement aneignen und sich für eine Produktmanagement-Funktion qualifizieren wollen.

Themenschwerpunkte

1. Seminare (2-mal 4 Tage)

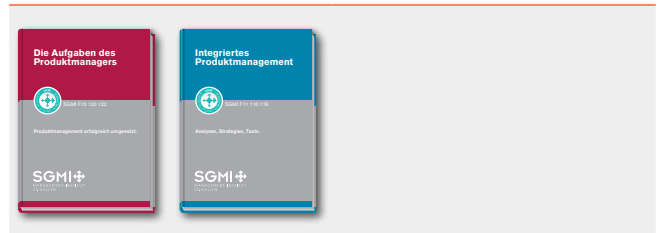
- ▶ Kernelemente des Marketing-Managements
- ▶ Produktkonzept, Produktstrategie
- ▶ Servicekonzepte planen und realisieren
- ▶ Einführungskampagnen für neue Marktleistungen
- ▶ Produktlinien- und Sortimentsstrategien
- ▶ Länderspezifisches Produktmanagement
- ▶ Marktsegmentierung und Zielgruppenkonzepte
- ▶ Erfolg im Verkauf, Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- ▶ Planung, Budgetierung, Kostenrechnung
- ▶ Preisfindung und Preisdurchsetzung
- ▶ Investitionen und Wirtschaftlichkeitssteuerung
- ▶ Die Führungsaufgabe des Produktmanagers

2. Workshops

In zwei 2-tägigen Workshops werden ausgewählte Themen aus den Seminarteilen vertieft und geübt.

3. Literaturstudium

Sie studieren ausgewählte Literatur zum Produktmanagement, um den Seminar- bzw. Workshop-Lehrstoff zu ergänzen.



4. Diplomarbeit

Das Thema Ihrer Diplomarbeit wird sich auf ein aktuelles Branchenproblem beziehen und soll somit einen konkreten Umsetzungsnutzen für Ihre berufliche Tätigkeit bringen

5. Kolloquium

Im Rahmen des Kolloquiums präsentieren Sie Ihre Diplomarbeit.

6. Diplom

Das «St. Galler Produktmanagement-Diplom» wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestandenes Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-72324	Seminar 1	02. - 05.09.2024
	Seminar 2	11. - 14.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-72424	Seminar 1	25. - 28.11.2024
	Seminar 2	31.03. - 03.04.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025
D-72125	Seminar 1	20. - 23.01.2025
	Seminar 2	31.03. - 03.04.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/smd03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 108ff.

Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen des Finanz- und Rechnungswesens sowie des Controllings mit dem Ziel, dank berufsbegleitendem Engagement das «St. Galler Finanz & Controlling-Diplom» zu erwerben.

Aufbau

Der Diplomaltegang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema aus dem Finanz- und Rechnungswesen/Controlling
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

- ▶ Zugelassen werden Bewerber/innen, die Berufserfahrung im Finanz- und Rechnungswesen/Controlling nachweisen können und
- ▶ eine umfassende, systematische und sehr praxisorientierte Finanz- und Rechnungswesen/Controlling-Weiterbildung anstreben,
- ▶ um Verantwortung im Finanz- und Rechnungswesen/Controlling zu übernehmen.

Der Diplomaltegang vermittelt systematisches, praxisnahes Wissen über die wichtigen Instrumente des Finanz-, Rechnungswesens und Controllings sowie der Rendite- und Ergebnissteuerung.

Themenschwerpunkte

1. Seminare (2-mal 4 Tage)

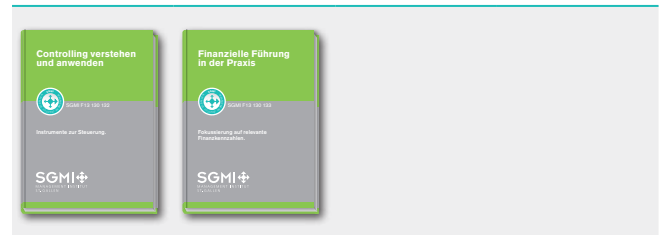
- ▶ Das Finanzwirtschaftskonzept im Überblick
- ▶ Controlling als Problemlösungsansatz und Erfolgsfaktor
- ▶ Financial Basics, Finanzielle Führung
- ▶ Kennzahlenanalyse
- ▶ Planung und Budgetierung
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung
- ▶ Cash Management, Finanzierung
- ▶ Kostenrechnung und Kalkulation
- ▶ Deckungsbeitragsrechnung und Break-Even-Analyse
- ▶ Value Management
- ▶ Business Plan

2. Workshops

Im ersten 2-tägigen Workshop werden ausgewählte Themen des Finanz- und Rechnungswesens/Controllings vertieft. Im zweiten, ebenfalls 2-tägigen Workshop werden wichtige Aspekte der finanziellen Steuerung und des Finanzmanagements vertieft behandelt.

3. Literaturstudium

Zur Abrundung des Seminar- und Workshop-Stoffs ist ergänzendes Literaturstudium nötig.



4. Diplomarbeit

Das Thema Ihrer Diplomarbeit wird sich auf ein aktuelles Branchenproblem beziehen und soll somit einen konkreten Umsetzungsnutzen für Ihre berufliche Tätigkeit bringen.

5. Kolloquium

Im Rahmen des Kolloquiums präsentieren Sie Ihre Diplomarbeit.

6. Diplom

Das «St. Galler Finanz & Controlling-Diplom» wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestanden Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-64324	Seminar 1	19. - 22.08.2024
	Seminar 2	11. - 14.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-64424	Seminar 1	04. - 07.11.2024
	Seminar 2	11. - 14.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-64524	Seminar 1	04. - 07.11.2024
	Seminar 2	19. - 22.05.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/smd04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Leadership-Diplom

Diplomlehrgang und Führungstraining mit dem Ziel, die Kompetenz als Führungskraft zu steigern und eigene Leadership-Qualitäten durch das Diplom des St. Galler Management Instituts zu dokumentieren.

Aufbau

Der Diplomlehrgang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 2-mal 4 Tage Führungslehrgang
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Teilnehmerinnen/Teilnehmer

- ▶ Führungskräfte, Abteilungs-, Team- und Gruppenleiter sowie Nachwuchskräfte, die ihre soziale Kompetenz und Führungsfähigkeiten optimieren wollen.
- ▶ Leistungsorientierte Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter, die sich durch den Erwerb des Führungsdiploms des St. Galler Management Instituts für Führungsaufgaben qualifizieren wollen.

Wer Mitarbeiter motiviert auf gemeinsame Ziele ausrichten will, wer den Wirkungsgrad der eigenen Leistung multiplizieren will, braucht Führungskompetenz. Mit dem Erwerb des St. Galler Leadership-Diploms belegen Sie Fähigkeiten bezüglich sozialer Kompetenz einerseits, weitreichende Kenntnisse bezüglich des Einsatzes von Führungsmethoden andererseits.

Themenschwerpunkte

1. Seminare

Inhaltsschwerpunkte des 2-mal 4-tägigen Seminars sind:

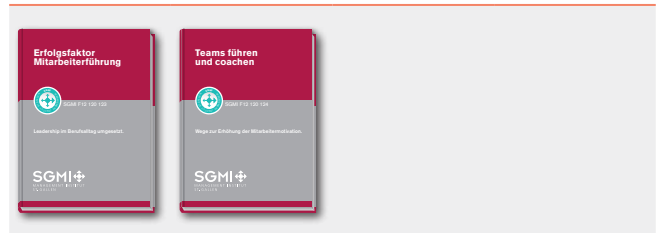
- ▶ Der St. Galler Führungsansatz
- ▶ Resultatorientierte Führung
- ▶ Soziale und emotionale Kompetenz
- ▶ Teamentwicklung, Teamcoaching
- ▶ Wirkungsvoll kommunizieren
- ▶ Konfliktmanagement
- ▶ Gesetze effektiver Mitarbeiterführung
- ▶ Führen mit Zielen, Zielvereinbarung
- ▶ Moderne Beurteilungssysteme
- ▶ Leadership Management

2. Workshops

Die Vertiefungswshops dienen dem Führungstraining. Sie erleben sich als Führungspersönlichkeit, erkennen Ihre Stärken und Schwächen und erhalten ein wertvolles Feedback.

3. Literaturstudium

Gezieltes Literaturstudium verstärkt die Wirkung von Seminar und Workshop. Ausgewählte Literatur wird von Ihnen verarbeitet und in die Diplomarbeit eingebaut.



4. Diplomarbeit

Das Thema Ihrer Diplomarbeit wird sich auf ein aktuelles Branchenproblem beziehen und soll somit einen konkreten Umsetzungsnutzen für Ihre berufliche Tätigkeit bringen.

5. Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums wird Ihre Diplomarbeit kritisch hinterfragt.

6. Diplom

Das «St. Galler Leadership-Diplom» wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestandenenes Kolloquium.

Daten		
Sem.-Nr.		Datum
D-75324	Seminar 1	01. - 04.07.2024
	Seminar 2	04. - 07.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-75424	Seminar 1	09. - 12.09.2024
	Seminar 2	04. - 07.11.2024
	Workshops	02. - 05.12.2024
	Diplomarbeit	Winter 2024/2025
	Kolloquium	28.04.2025
D-75524	Seminar 1	18. - 21.11.2024
	Seminar 2	23. - 26.06.2025
	Workshops	14. - 17.07.2025
	Diplomarbeit	Sommer 2025
	Kolloquium	20.10.2025

Studiengebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/smd05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 108ff.



Marco Diederling

Geschäftsführer
Franke bremer GmbH
General Management-Diplom SGM



«Ein wirklich sehr guter Diplomlehrgang. Alle wesentlichen Punkte der Unternehmensführung wurden inhaltlich auf- und mit uns Teilnehmern abgearbeitet. Sehr gute Dozenten, die es verstehen, einen ausgewogenen Mix zwischen Theorie und Praxis zu gewährleisten. Insbesondere die Themenbereiche Strategie und Finanzielle Führung möchte ich speziell hervorheben: Die Strategiethemata lassen sich sehr gut in das eigene Berufsumfeld integrieren, das Thema Finanzen wurde durch Top-Referenten lebendig veranschaulicht.»



Achim Motte

Senior Manager
Bayer AG
General Management-Diplom SGM



«Die Themen des Diplomlehrgangs waren sehr interessant ausgewählt und bildeten einen Querschnitt der wichtigsten Bereiche, die ein Mitarbeiter im General Management abdecken muss. Vermittelt wurde der Lehrstoff von sehr kompetenten und erfahrenen Dozenten, die die Seminare durchweg spannend und kurzweilig gestalteten. Insbesondere die konsequente Praxisorientierung hat mir sehr gut gefallen, wobei die Case Studies sehr anspruchsvoll aufgearbeitet waren. Ein wichtiges Kriterium war auch die angenehme Teilnehmeranzahl, die den Lehrgang nicht zu einer Massenveranstaltung abrutschen liess. Die Erstellung der Diplomarbeit war sicherlich nochmals eine persönliche Herausforderung, sowohl im fachlichen Bereich als auch vom zeitlichen Aufwand. Rückblickend muss ich aber sagen, dass dies eine Erfahrung war, die ich nicht missen möchte und die mich persönlich sicherlich weiter geprägt hat. Zusammenfassend kann ich festhalten, dass der Studiengang eine runde Sache war, die Spass gemacht hat und die sicherlich auch zu einem Value Added für meinen Arbeitgeber geführt hat.»



Simon Probst

Abteilungsleiter Gebäudemanagement
LBS Landesbausparkasse Südwest
General Management-Diplom SGM



«Der Diplomlehrgang war für mich eine Bereicherung. Theorie und Praxis wurden verständlich in den einzelnen Themenbausteinen miteinander verbunden. Die kompetenten Referenten vermittelten in angenehmer Atmosphäre die Lerninhalte und gingen wohlwollend auf alle Fragen ein. Auch bei der Ausarbeitung der Diplomarbeit war stets Unterstützung durch einen Referenten geboten. Der Austausch mit vielen interessanten Teilnehmern bot einen enormen Mehrwert.»



Sabine Hammer

Director, Chief of Staff EMEA
Lenovo, Infrastructure Solutions Group
General Management-Diplom SGM



«Die Absolvierung des «General Management-Diploms SGM» ist ein wichtiger Baustein für meine Weiterentwicklung gewesen. Ich kann dies insbesondere TeilnehmerInnen empfehlen, die sich zum bzw. innerhalb des C-Level weiterentwickeln wollen. Besonders profitiert habe ich vom Mix aus theoretisch fundiertem Wissen, den direkt einsetzbaren Tools sowie der praktischen Erfahrung der Dozenten. Des Weiteren überzeugt das breite Spektrum der TeilnehmerInnen aus unterschiedlichen Ländern und Branchen, die zum Transfer in den vielen praktischen Workshops und Gruppenarbeiten zum Lernerfolg beigetragen haben und auch ein Netzwerk zum Austausch in der Zukunft bilden.»



Dr. Gerhard Beyer

Bereichsleiter
Tenneco Automotive Germany
Heinrich Gillet GmbH
International Management-Diplom SGM



«Gerade für technische Leiter bietet der Lehrgang hochinteressante, betriebswirtschaftliche Zusatzkenntnisse.»



Heiko Vierheilg

Sales District Manager
Sales Management Europe
SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG
International Management-Diplom SGM



«Die Weiterbildung zum «International Management-Diplom» am SGM war für mich eine exzellente Erweiterung meines Managementwissens. Speziell durch die praxisorientierte Ausrichtung der Dozenten konnte das theoretische Wissen anschaulich vermittelt werden. Weiterhin wurden hilfreiche Tools für die tägliche Arbeit angeboten. Ein Highlight war die Seminarwoche in Boston, welche spannende internationale Inhalte zu bieten hatte.»



Dr. Thomas Doege

Geschäftsführer
General Management-Diplom SGM

«Meine Erwartungen wurden voll und ganz erfüllt: Referenten auf Top-Niveau, eine professionelle Organisation und ein sehr starker Praxisbezug. Alle wesentlichen Blöcke zur erfolgreichen Führung von Unternehmen wurden intensiv vermittelt.»

Auszug Teilnehmerstimmen

Diplomprogramme



Cathrin Böhnert

Project Manager Partnerships /
Sponsoring
IWC Schaffhausen
Dipl. Marketingleiterin SGMI



«Die perfekte Management-Weiterbildung mit hervorragenden Dozenten und praxisnahen case-studies.»



Adrian Bach

Product Manager
Georg Fischer Rohrleitungssysteme
(Schweiz) AG
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Ich habe in mehreren Studienmodulen alle wesentlichen und aktuellen Grundlagen des Marketings vertieft. Die Zeit zwischen den einzelnen Modulen konnte sinnvoll überbrückt werden und das erlernte Wissen hat während der Arbeitszeit bereits erste Früchte getragen. Neben theoretischem Fachwissen werden auch Fallstudien bearbeitet, die für mich sehr hilfreich sind und welche die vielen Themen rund um das Thema Marketing sehr gut veranschaulicht haben. Alles in allem eine grossartige Erfahrung, die Zeit sinnvoll zu nutzen und neue Methoden und Erkenntnisse von ausgesprochen fähigen Referenten zu erfahren! Sehr empfehlenswert und eine persönliche Bereicherung!»



Bernd Heuchemer

Vice President Marketing Services
Siemens AG, Industry Sector
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Als Marketingverantwortlicher mit internationaler Erfahrung in verschiedenen Funktionen des Industriegütermarketings war ich sehr erstaunt über die vielen neuen Inputs, Ansätze und Zusammenhänge, die im Diplomlehrgang zum «Dipl. Marketingleiter SGMI» in kurzer und einprägsamer Form vermittelt worden sind. Das Weiterbildungsprogramm stellt heute einen wichtigen Baustein für meine weitere Arbeit dar, erfolgreich weltweites Marketing im Motion Control Business für Siemens zu betreiben.»



Thomas Spiller

Senior Projektleiter / Redakteur
SUPER RTL
RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Die Erwartungshaltung an ein renommiertes Managementinstitut wie das SGMI war beachtlich, als ich mich für die Aufnahme des Studiengangs zum «Dipl. Marketingleiter SGMI» entschied. Das SGMI hat sich hierbei vom Erstkontakt an, über die Beratung und das anschliessende Studium hinweg, als zuverlässiger Partner erwiesen. Meine Anforderung nach einer praxisorientierten, zeitgemässen und akademisch anspruchsvollen Ausbildung im Bereich Marketing wurden durch den Studiengang erfüllt. Da die Teilnehmer der Seminare aus unterschiedlichen Branchen kamen, fand ein reger Austausch über die Grenzen des eigenen Fachbereichs hinaus statt, der viele interessante Insights bieten konnte. Die Qualität der Lehre, getragen durch die Dozenten des SGMI, war insgesamt sehr gut und die erlernte Theorie hat in der Zwischenzeit ihre praktische Bewährungsprobe im Unternehmen bestehen können. Insgesamt fällt es mir daher schwer, über diesen Studiengang ein anderes Urteil als ein hervorragendes zu fällen.»



Christof Abbrederis

Verkaufsleiter SNACK
Rupp Cheese Innovation GmbH
Dipl. Produktmanager SGMI



«Der perfekt organisierte, sehr konzentrierte Lehrgang zum «Dipl. Produktmanager SGMI» vermittelt praktisches Fachwissen und aktuelle theoretische Inhalte. Im Austausch unter den Teilnehmern und mit den sehr kompetenten Dozenten ergaben sich bereichernde Aspekte für die unmittelbare praktische Umsetzung. Die abschließende Diplomarbeit und das Kolloquium erlebte ich als sehr interessante Herausforderungen.»



Marco Petracca

Senior Brand Consultant /
Leiter der Markenberatung
PSV MARKETING GMBH
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Bei den SGMI-Lehrgängen darf man durchaus von Mehrwerten sprechen: Am Ende der sehr steilen Lernkurve wird man nicht nur mit einer schier unglaublichen Menge an praxistauglichem Fachwissen belohnt. Man lernt auch, völlig neu zu denken!»



Johannes Gutfleisch

Leiter Marketing
Elster Messtechnik GmbH
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Die Qualität der Seminare und der Referenten ist beeindruckend. Die vermittelten Inhalte lassen sich hervorragend in die Praxis adaptieren. Ein weiterer positiver Aspekt ist der Erfahrungsaustausch auf internationaler Ebene.»

**Marc Hau**

Leiter Professional Service Unit
Deutsche Telekom AG
St. Galler Leadership-Diplom



«Der Lehrgang «St. Galler Leadership-Diplom» überzeugt auf der ganzen Linie. Die Inhalte und deren professionelle Vermittlung durch die erfahrenen Dozenten waren hervorragend aufeinander abgestimmt und führten zu einem enormen Lerneffekt. Mit dem Konzept der St. Galler Diplompypamide werden attraktive Möglichkeiten geboten, die individuellen Kompetenzen modular zu vertiefen.»

**Tanja Gnauck-Waskowski**

Leiterin Produkt- und Segments-
management/Mitglied der Direktion
Basler Kantonalbank
Dipl. Produktmanagerin SGMI



«Raus aus dem Arbeitsalltag, hinein in den Seminarraum! Die Ausbildung am SGMI Management Institut St. Gallen kombiniert in gelungener Art und Weise theoretisches Wissen mit praktischen Anwendungsbeispielen. Das bereits vorhandene Wissen aus meinem Studium konnte ich auffrischen bzw. vertiefen. Durch die Aufarbeitung eines Praxisthemas in der Diplomarbeit konnten die erlernten Inhalte gleich angewandt werden. Der Aufwand hat sich definitiv gelohnt!»

**Dr. Michael Stefan Rill**

Projektleiter
Carl Zeiss AG
Dipl. Produktmanager SGMI



«Als Naturwissenschaftler hat man in der Regel relativ wenig Vorwissen zu Wirtschaftsthemen wie Marketing und Controlling. Deshalb wurde mir empfohlen, ein berufsbegleitendes Weiterbildungsprogramm zu belegen, das vor allem praxisrelevante Details vermittelt. Mein SGMI-Diplom absolvierte ich begleitend zum Job-Einstieg als Produktmanager und konnte daher die erlernten Module im Grunde direkt tagtäglich anwenden. Besonders hilfreich war hierbei die Möglichkeit, Problem- und Fragestellungen zu eigenen Produkten mit Teilnehmern und Dozenten zu diskutieren. Die Arbeitsatmosphäre während der Lernmodule und Workshops war überaus angenehm und sehr produktiv. Ich kann dieses Studium ausnahmslos jedem angehenden (und auch praktizierenden) Produktmanager empfehlen, der sich bisher kaum oder gar nicht mit wirtschaftswissenschaftlichen Themen auseinandersetzen musste.»

**Matthias Maurin**

Gruppenleiter Product Sales &
Price Management
Jungheinrich AG
Dipl. Produktmanager SGMI



«Der Diplomstudiengang zum «Dipl. Produktmanager SGMI» hat mich zu zahlreichen neuen Denkansätzen für meine berufliche Tätigkeit geführt. Die Referenten des SGMI glänzten durch sehr hohe Fachkompetenz. Die Inhalte des Lehrgangs wurden in abwechslungsreichen Tagesabläufen, mit praktischen Übungen und Gruppenarbeiten, sehr gut vermittelt. Der grösste Mehrwert dieses Lehrgangs, im Vergleich zu einem klassischen Seminar, lag für mich in der sofortigen Anwendung des Erlernten. Durch die mehrwöchige Ausarbeitung einer Diplomarbeit zu einer aktuellen firmeninternen Fragestellung konnte das neue Wissen gleich zum Wohle des Unternehmens eingesetzt werden.»

**Markus Roggli**

Product & Bid Manager
Avectris AG
Dipl. Produktmanager SGMI



«Der Diplomlehrgang zum «Dipl. Produktmanager SGMI» hat mir in meiner beruflichen Tätigkeit sehr geholfen. Da sich unsere Firmenstrategie geändert hat und wir neu aktiv im Markt auftreten, wurde ich ohne grosse Vorkenntnisse zum Produktmanager. Die erworbenen Kenntnisse gaben mir einen breiten Überblick über die Thematik eines Produktmanagers und ich konnte mich so sehr schnell in der neuen Rolle zurecht finden. Sehr wichtig und aufschlussreich war auch die schriftliche Diplomarbeit. Ich musste mich intensiv mit dem Thema befassen, und das ermöglichte es mir, wertvolle Inputs bezüglich unserer neuen Firmenstrategie einzubringen.»

**Dr. Marc Schneider**

Product Manager
Swiss Caps AG
Dipl. Produktmanager SGMI



«Der exzellent organisierte Lehrgang schafft es, in einer lockeren Atmosphäre die Kerninhalte des Produktmanagements – von der Konzeptentwicklung bis zum Verkaufskonzept – zu vermitteln. Die erstklassigen, internationalen Dozenten präsentieren ihr Fachwissen in einer kurzweiligen aber hoch professionellen Art und Weise, die die Kursteilnehmer fesselt und motiviert. Die Kombination aus theoretischen Lehrinhalten und praktischen Fallbeispielen, immer mit dem Fokus auf die Umsetzbarkeit, zeichnet dieses Seminar aus. Besonders der Austausch an Erfahrungen der Absolventen und das Einbeziehen aktueller Problemstellungen hilft den Teilnehmern aus unterschiedlichsten Branchen ihr Wissen zu erweitern. Die Diplomarbeit mit der Bearbeitung einer firmeninternen Fragestellung hat den Lehrgang komplettiert und die Möglichkeit gegeben, das erlernte Fachwissen direkt in die Praxis umzusetzen. Insgesamt war dieses Seminar eine sehr grosse Bereicherung für mich und hilft mir heute, das Produkt Management innerhalb der Swiss Caps AG zu etablieren.»

Auszug Teilnehmerstimmen

Diplomprogramme



Julia Reich

Technoform Glass Insulation GmbH
Dipl. Controllerin SGMI



«Die Dozenten des SGMI Management Instituts St. Gallen vermitteln die theoretischen Grundlagen des Controllings und die Werkzeuge dafür sehr praxisorientiert und durch interessante Fallbeispiele, was mir eine direkte Integration in die tägliche Arbeit ermöglicht. Im sehr informativen Austausch mit anderen Lehrgangsteilnehmern verschiedenster Branchen habe ich neuen Input für meinen Arbeitsalltag gefunden. Die Erstellung der Diplomarbeit ermöglichte es, die firmenbezogene Fragestellung intensiv zu beleuchten und das erlernte Wissen direkt umzusetzen. Der Aufwand, eine Diplomarbeit zu schreiben, hat sich absolut gelohnt und wird in meiner weiteren beruflichen Laufbahn sicher von Nutzen sein.»



Katrin Kraemer

Senior Managerin Technologie
und Unternehmensentwicklung
TransnetBW GmbH
St. Galler Leadership-Diplom



«Inspirierende Mischung aus Theorie und Praxis mit tollen Referenten. Auch der intensive Austausch mit Führungskräften und Experten aus verschiedensten Branchen hat mich persönlich stark bereichert. Durch die Intensität und Länge der Ausbildung ist sie deutlich fundierter und prägender als andere Führungskräfteentwicklungsworkshops. In meinen beruflichen Alltag konnte ich viele Anregungen mitnehmen.»



Ingo Keller

Solution Architect / Teamleiter
BTC (Schweiz) AG
St. Galler Leadership-Diplom



«Das «St. Galler Leadership-Diplom» hat mich als junge Führungskraft enorm weitergebracht. Durch die ausgewählten Dozenten und interessanten Inhalte habe ich viele nützliche Werkzeuge und Methoden erlernt. Die wichtigsten Führungsaufgaben sind mir in diesem Lehrgang erst richtig bewusst geworden und ich wende diese nun optimal bei uns im Unternehmen an. Auch die Seminarorte und der Teilnehmerkreis waren sehr gut ausgewählt. Die Abschlusspräsentation musste Coronabedingt online durchgeführt werden und wurde trotz allem professionell gestaltet. Ich bin dankbar, dass ich das Programm absolvieren durfte und habe es bereits weiterempfohlen.»



Reinhard Kern

Österreichische Hagelversicherung
St. Galler Leadership-Diplom



«Die Weiterbildung war für mich in jeder Hinsicht eine positive Erfahrung. Ein perfektes Umfeld, Vortragende aus der Praxis mit ausreichend theoretischem Wissen sowie das Arbeiten in kleinen Gruppen mit Kollegen aus unterschiedlichsten Branchen aber identischen Zielen waren hervorragende Rahmenbedingungen. In Summe habe ich viel über mich selbst erfahren und kann mein Verhalten in bestimmten Situationen viel besser steuern, ohne meine Authentizität zu verlieren.»



Christian Vogt

Key Account Manager
ASSA ABLOY Sicherheitstechnik GmbH
Dipl. Verkaufsleiter SGMI



«Sehr, sehr gut – Durch die sehr praxisnahen Vorträge konnte ich für meine Tätigkeit sehr nützliche Informationen gewinnen. Die Diplomarbeit vergrösserte meinen Lernerfolg enorm. Sehr empfehlenswerter Diplomlehrgang.»



Beatrice Bachmann

Fachbereichsleiterin
Universitätsspital Basel
Dipl. Controllerin SGMI



«Da ich seit 30 Jahren im Gesundheitswesen tätig bin, wählte ich bewusst einen Lehrgang welcher sich an die Privatwirtschaft anlehnt. Die fachliche Kompetenz der Referenten war beeindruckend, da sehr praxisnah und auf sehr hohem Niveau Wissen vermittelt wurde. Der rege Erfahrungsaustausch untereinander hat viele komplexe Abläufe im Gesundheitswesen relativiert. Meine Erwartungen wurden voll erfüllt und ich werde nach einer kurzen Verschnaufpause das Executiv Master--Programm besuchen.»



Simon W. Geib

Head of Project Management &
Business Development
Gienanth GmbH
St. Galler Leadership-Diplom



«Das Programm zeichnet sich durch hochkarätige Dozenten, interessante Kommilitonen und spannende Inhalte aus. Die kontinuierliche Praxisfokussierung der Theorieinhalte macht das Erlernte anwendbar und sinnstiftend im eigenen beruflichen Kontext. Ich habe das Programm aufgrund meiner Erfahrungen bereits weiter empfohlen.»

Konzept

Die berufsbegleitenden Management Certificate Programme bieten kompaktes, praxisnahes Management-Wissen in einem internationalen Umfeld, geleitet von führenden US-Professoren. Speziell geeignet für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien (Blended Learning), neuestes Management-Wissen auftanken und einen «Certificate»-Abschluss erreichen wollen. «Management Certificates» werden in folgenden Themenbereichen angeboten:

- ▶ CEO Certificate mit Fokus auf Strategisches Management, Marketing, Finanzen und HR.
- ▶ Business Strategy Certificate mit Fokus auf Strategische Unternehmensführung.
- ▶ Marketing Management Certificate mit Fokus auf marktorientierte Führung und Marketing.
- ▶ Financial Management Certificate mit Fokus auf Finanz-, Rechnungswesen, Controlling und Finanzmanagement.

Aufbau und Dauer

Die Management Certificate Programme umfassen 4 Intensiv-Seminarstage, ein 1-monatiges Distance-Learning-Programm, das Studium der relevanten Literatur und eine 1-monatige Projektarbeit. Die Mindestdauer für die Erlangung des Certificates beträgt 3 Monate.

Ablauf

1. Seminar

Der Einstieg erfolgt über ein 4-tägiges Seminar, welches in deutscher oder englischer Sprache absolviert werden kann.

- ▶ **St. Galler CEO Certificate:**
CEO und Senior Executive-Seminar
- ▶ **St. Galler Business Strategy Certificate:**
St. Galler Strategie-Seminar
- ▶ **St. Galler Marketing Management Certificate:**
St. Galler Marketing-Seminar
- ▶ **St. Galler Financial Management Certificate:**
St. Galler Finanzmanagement-Seminar

2. Fernstudium

Wissensergänzung und Wissensvertiefung finden in einem internationalen Kontext in englischer Sprache statt und erfolgen im Fernstudium. Nebst dem Literaturstudium nehmen Sie während einem Monat an unserem Distance-Learning-Programm teil, das in Zusammenarbeit mit führenden US-Professoren konzipiert wurde und von diesen geleitet wird.

Description module: Business Strategy

This course-module explores the differences between the various managerial strategies and systems used to increase productivity. Participants will learn that organizations can achieve the scale, scope, and efficiency that come from being large and the flexibility, speed, and responsiveness of being small. The course discusses Harvard University Professor Michael Porter's Industry and Competitive Analysis Framework; the importance of core competencies and analysis of the value chain for finding business opportunities.

Description module: Marketing Management

This course is concerned with the adaptation of resources and objectives to outside market opportunity. It covers strategic planning, segmentation, positioning, marketing mix development, and relationship marketing among other viable topics. This course will enable the participant to conceptualize marketing issues and to make viable marketing recommendations.

Description module: Financial Management

The purpose of this course is to familiarize managers with essential techniques and perspectives needed to make sound financial decisions. By completing the assignments and working through the materials, participants should come to understand the difference between economically sound and flawed financial decision analysis.

3. Projektarbeit (Praxisteil)

Der Praxisteil sorgt dafür, dass das Programm einen konkreten Bezug zu Ihrem beruflichen Umfeld generiert. Sie wählen ein Thema oder Projekt aus Ihrem Arbeitsumfeld und verfassen in deutscher oder in englischer Sprache eine 30 bis 50-seitige Seminararbeit.

4. Certificate

Der erfolgreiche Abschluss führt zum «St. Galler Certificate» des SGMI Management Instituts St. Gallen.



Walter Rodriguez
Prof. Dr.
FGCU, Ft. Myers, USA



St. Galler CEO Certificate

Berufsbegleitendes CEO Certificate Programm für

- ▶ Führungskräfte, die bereits eine CEO- oder Senior-Executive-Funktion innehaben
- ▶ Vorstände, Geschäftsführer, Direktoren und Unternehmer
- ▶ Führungskräfte, die sich auf eine entsprechende Führungsposition vorbereiten und nach 4-monatigem Programm ein Management-Certificate erlangen wollen.

Daten

D-50224	Seminar Fernstudium Projektarbeit	02. - 05.09.2024 Okt., Nov., oder Dez. 2024 Winter 2024/2025
D-50324	Seminar Fernstudium Projektarbeit	18. - 21.11.2024 Okt., Nov. Oder Dez. 2024 Winter 2024/2025
D-50125	Seminar Fernstudium Projektarbeit	24. - 27.02.2025 Mai, Juni oder Juli 2025 Sommer 2025

Studiengebühr*:

CHF 9800.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/imc01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Business Strategy Certificate

Berufsbegleitender Management-Certificate-Lehrgang für Führungskräfte und Spezialisten, die

- ▶ eine umfassende Aus- und Weiterbildung in strategischem Management anstreben
- ▶ bereits strategische Verantwortung innehaben und zu ihrer Praxistätigkeit das nötige theoretische und wissenschaftliche Rüstzeug erwerben wollen
- ▶ selbst Strategien erarbeiten müssen
- ▶ demnächst strategische Verantwortung übernehmen werden.

Daten

D-70324	Seminar Fernstudium Projektarbeit	17. - 20.06.2024 Oktober 2024 Winter 2024/2025
D-70424	Seminar Fernstudium Projektarbeit	26. - 29.08.2024 Oktober 2024 Winter 2024/2025
D-70524	Seminar Fernstudium Projektarbeit	11. - 14.11.2024 Mai 2025 Sommer 2025

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/imc02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Marketing Management Certificate

Berufsbegleitendes Programm für

- ▶ Führungskräfte, Spezialisten und Nachwuchskräfte mit Marketing- und marketingnahen Funktionen wie Marketing-leitung, Verkauf, Produkt- oder Key-Account-Management, Marktforschung, Markenpolitik, Design, Vertrieb u. a.
- ▶ Techniker, Ingenieure, Juristen, Naturwissenschaftler oder Spezialisten aus Nicht-Marketing-Funktionen, die ein Marketing-Intensivprogramm absolvieren und ein Management-Certificate erlangen wollen.

Daten

D-71324	Seminar Fernstudium Projektarbeit	02. - 05.09.2024 Dezember 2024 Winter 2024/2025
D-71424	Seminar Fernstudium Projektarbeit	25. - 28.11.2024 Dezember 2024 Winter 2024/2025
D-71125	Seminar Fernstudium Projektarbeit	20. - 23.01.2025 Juli 2025 Sommer 2025

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/imc03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Financial Management Certificate

Berufsbegleitender Management-Certificate-Lehrgang zu Finanz- und Rechnungswesen, Controlling und Finanzmanagement für

- ▶ Führungskräfte, die heute oder in naher Zukunft die Verantwortung für finanzielle Ergebnisse tragen
- ▶ Leiterinnen/Leiter von Bereichen, (Haupt-) Abteilungen oder Projekten ohne vertiefte Kenntnisse der finanziellen Führung
- ▶ Spezialisten/Praktiker aus allen Bereichen, die eine umfassende finanzwirtschaftliche Ausbildung suchen.

Daten

D-74224	Seminar Fernstudium Projektarbeit	16. - 19.09.2024 November 2024 Winter 2024/2025
D-74324	Seminar Fernstudium Projektarbeit	25. - 28.11.2024 November 2024 Winter 2024/2025
D-74125	Seminar Fernstudium Projektarbeit	31.03. - 03.04.2025 Juni 2025 Sommer 2025

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/imc04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs

www.sgmi.ch/inhouse



Corporate Programs



Spezifisch und massgeschneidert

Mit den SGMI Corporate Programs steht Ihnen das ganzheitliche Weiterbildungsangebot des SGMI Management Instituts St. Gallen für firmeninterne Entwicklungsprogramme zur Verfügung. Wir bieten Ihnen kompaktes, praxisnahes Managementwissen in Form von Seminaren, Workshops, Development Programmen und gesteuerten Veränderungsprozessen.

Als führende St. Galler Institution sind wir Qualität und höchster Kundenzufriedenheit verpflichtet. Besonderen Wert legen wir auf Praxisnähe und Umsetzungsnutzen. Wir arbeiten international, in den Sprachen unserer Auftraggeber.

In Zusammenarbeit mit Geschäftsleitung, 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 Managementwissen, 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 Spezifika der Auftraggeber auszurichten, um konkrete Lösungsansätze zu erzielen. Weiterbildung wird dadurch zum erfolgswirksamen Instrument der Strategieumsetzung im Unternehmen.

Der SGMI Design Prozess

Sämtliche firmeninternen Programme basieren auf dem St. Galler Management-Ansatz mit seinen Grundlagen im Systemdenken und der Kybernetik. Der Ablauf nach einem klar definierten Designprozess sichert eine hohe Abwicklungs- und Ergebnisqualität. Der Prozess wird mit dem Auftraggeber abgesprochen, kundenspezifisch angepasst und gegebenenfalls um nicht benötigte Detailschritte reduziert. Der Analyse wird eine besondere Bedeutung zugemessen. Je besser Strategie und Kultur des Auftraggebers eingeschätzt werden können, umso höher ist der Beitrag des Entwicklungsprojektes zur Strategieumsetzung. In einem ersten Prozess-Schritt werden die zur Erreichung der strategischen Zielsetzung erforderlichen Soll-Kompetenzen aus der Strategie abgeleitet. Dies geschieht in einem speziellen Kompetenzmodellierungs-Workshop. In einem nächsten Schritt werden im Sinne einer Bestandsaufnahme mit Hilfe von erprobten Assessments und psychometrischen Testverfahren die im Unternehmen vorhandenen (Ist-)Kompetenzen analysiert. Auf Basis der Gegenüberstellung von notwendigen und vorhandenen Kompetenzen kann ein sehr zielorientiertes Entwicklungsprogramm bestehend aus Seminar-/Workshopelementen, Projektarbeit, e-Learning, Coaching und Mentoring definiert werden, welches einen sofortigen und unmittelbaren Nutzen entfaltet. Der Teilnehmerkreis wird den direkten Lerntransfer in den Alltag schätzen und das Programm als Hilfestellung für aktuelle und kommende unternehmerische Herausforderungen nutzen. Ob die strategischen Entwicklungsziele erreicht werden, wird am Schluss mit Blick auf die angestrebten strategischen Kernkompetenzen beurteilt. Die Nachbearbeitung umfasst die Analyse und Diskussion des von uns erhobenen Teilnehmerfeedbacks, Umsetzungsbegleitung durch unsere Berater sowie nach Bedarf eine angemessene Fortschrittskontrolle und persönliche Reviews mit dem Auftraggeber oder einzelnen Teilnehmern.

Vorteile und 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.

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.

Höchste Qualität und Kundenzufriedenheit

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

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.

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. 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.

Märkte und Kunden

Die Weiterbildungsbedürfnisse von Führungskräften und Unternehmen sind zunehmend global ausgerichtet. SGMI macht dank lokaler Präsenz, Know-how in Europa, USA und Asien verfügbar.

Europa

Schweiz - Deutschland

In unserem Heimmarkt sind wir seit Jahren als führender Anbieter für Executive Education und Management Development etabliert.

Österreich - Osteuropa

Mit der lokalen Präsenz in Wien verfügt SGMI über eine ausgezeichnete Basis für die direkte Kundenbetreuung und Projektumsetzung in Österreich sowie in den wirtschaftlich aufstrebenden Ländern Osteuropas.

Frankreich - Spanien - Italien - Skandinavien - Benelux

Die Wirtschaftsräume beheimaten einige der führenden europäischen Konzerne. SGMI ist für diese ein exzellenter Ansprechpartner für die strategische Personalentwicklung auf höchstem Niveau.

USA

Die USA als ein ausgesprochen dynamischer Wirtschaftsraum ist für SGMI ein gleichermassen herausfordernder, wie interessanter Markt. Mit lokaler Präsenz und attraktiven Seminarangeboten in Boston und Fort Myers (Florida), gelingt eine sehr hohe Kundennähe. Die kompromisslose Fokussierung auf Kundenbedürfnisse macht SGMI so zu einem anerkannten und etablierten Partner für umfassende Management Development Projekte amerikanischer Unternehmen.

Asia

China

China entwickelt sich rasant und zählt zu den weltweit am stärksten wachsenden Märkten. Um dieses Wachstum auch in Zukunft erfolgreich zu bewältigen, ist erstklassiges internationales Management-Wissen erforderlich. Seit Jahren ist SGMI mit Seminaren und Programmen in Shanghai präsent und Partner vieler Unternehmen vor Ort.

Indien

Über ausgewählte Kooperationen führt SGMI mit Symposien und Seminaren vor Ort Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft zusammen und liefert Erkenntnisse und Informationen aus erster Hand.

Japan

Einer der zentralen Standorte von SGMI im asiatischen Raum ist Japan. Japanische Unternehmen verlangen nach landes- und kulturspezifischer Vermittlung von modernem Management- und Führungswissen.

Corporate Programs



Kompetenzbereiche

Basierend auf dem St. Galler Management-Modell bieten wir Ihnen die Möglichkeit, diese Kompetenz direkt für Ihr firmenspezifisches Programm zu nutzen. Wir bieten alle Themen zur strategischen wie operativen Führung auf den Ebenen Unternehmung, Team, Mitarbeiter (Individuum), für alle Branchen und Führungsebenen.

- ▶ Ganzheitliches Unternehmensführung, General Management
- ▶ Strategisches Management
- ▶ Prozess, IT, Struktur
- ▶ Marketing, Produktmanagement, Verkauf/Vertrieb
- ▶ Finanzmanagement, Finanzielle Führung und Controlling
- ▶ Human Resources Management
- ▶ Leadership (Mitarbeiterführung), Persönlichkeitsentwicklung (Selbstführung)
- ▶ Change Management, Kultur
- ▶ Digitalisierung

Massgeschneiderte innerbetriebliche Entwicklungskonzepte können auch ergänzend und im Anschluss an überbetriebliche Weiterbildungsmaßnahmen erfolgen. Ein Methoden- und Umsetzungscoaching eignet sich beispielsweise ausgezeichnet als ergänzende Massnahme nach dem Besuch von überbetrieblichen Seminaren und Lehrgängen.

Spezifisch und massgeschneidert

SGMI Open Programs firmenintern umgesetzt

Entspricht ein SGMI Seminar (Open Programs) genau Ihren Bedürfnissen? Möchten Sie mehrere Mitarbeiter/innen aus Ihrem Unternehmen teilnehmen lassen und möchten Sie, dass die Durchführung an einem von Ihnen gewählten Ort stattfindet? So steht Ihnen das Gesamtangebot des SGMI Management Instituts St. Gallen auch für Ihre Firmenprogramme zur Verfügung. Um die Nachhaltigkeit der Vermittlung zu verstärken, können Seminarkonzepte und Seminarinhalte branchen- oder firmenspezifisch adaptiert werden. Wir unterstützen Sie zudem bei der Definition des Teilnehmerkreises und beraten Sie auf Wunsch bei der Wahl eines geeigneten Durchführungsortes.

Massgeschneidertes firmenspezifisches Programm

Vollständig massgeschneiderte innerbetriebliche Management Development Programme, Seminare, Workshops, Kundensymposien und Referate haben den Vorteil, dass ausschliesslich an konkreten Fragestellungen des Unternehmens gearbeitet wird, konkrete Lösungen erarbeitet und Umsetzungsprojekte sofort ausgelöst werden können. Basierend auf der Situation des Auftraggebers wird ein spezielles Entwicklungsprogramm erarbeitet. Sämtliche Spezifikas der Unternehmenssituation werden berücksichtigt und fliessen in Fallstudien und Seminarablauf ein. Weiterbildung kann so zur Unterstützung eines gesteuerten Unternehmensentwicklungsprozesses oder eines Veränderungsprozesses eingesetzt werden und funktioniert gleichzeitig als Kulturentwicklungsplattform.

Integrierte Management Programme

Ein integriertes Management Programm ist eine zielgerichtete Weiterentwicklungsmassnahme für einen genau definierten Teilnehmerkreis. Die vermittelten Inhalte umfassen die für die Aufgabenerfüllung des Teilnehmerkreises erfolgreiche Themen. In einem International Management Programm für Führungskräfte der zweiten Leitungsebene können diese beispielsweise sein: Strategische Unternehmensführung, Marketingmanagement, Finanzielle Führung & Controlling, Finanzmanagement sowie Leadership Management.

Kulturentwicklungsprogramme

Management Programme können gezielt zur Entwicklung der Unternehmenskultur eingesetzt werden, so beispielsweise ein Leadership Programm zur Entwicklung einer einheitlichen Führungskultur über verschiedene Führungsebenen, über verschiedene Niederlassungen und über verschiedene Länder hinweg.

Corporate University

Mit dem Aufbau und dem Betrieb einer permanenten firmeninternen Weiterbildungsinstitution sichert sich ein Unternehmen langfristig schwer kopierbare Wettbewerbsvorteile. Mitarbeiter und Führungskräfte werden stärker ans Unternehmen gebunden, aus den Weiterbildungsaktivitäten generierte Projekte können in weitere Entwicklungsmassnahmen einfließen, das Know-how bleibt im Haus. Eine professionell entwickelte und geführte Corporate University ist ein bedeutendes Instrument der Strategieumsetzung und dient als eigentliche Kulturentwicklungsplattform im Unternehmen. Wir bauen Ihre Corporate University gemeinsam mit den im Unternehmen Verantwortlichen für Sie auf.

Corporate Programs online

Moderne Technologien bieten uns die Chance, sämtliche Lerninhalte des SGMI Management Instituts St. Gallen auf zusätzlichen Kanälen zu vermitteln und dadurch neu entstandene Kundenanforderungen zu erfüllen – in der gewohnten Erlebnis-Qualität durch interaktive und praxisorientierte Gestaltung.

Live-online

Was heisst live-online? Es wird natürlich Präsentationen geben, aber auch virtuelle Gruppenarbeiten, Fallstudien, Diskussionen und Austausch in der gesamten Gruppe. Praxisorientierte Weiterbildung aus St. Gallen über neue Kanäle. Reiseaufwand und -kosten entfallen vollständig, auch internationale Programme sind mit überschaubarem Aufwand möglich. Einzige technische Voraussetzungen sind PC's mit Mikrofon und Webcam sowie eine stabile Internetverbindung. Speziell auf live-online Durchführungen abgestimmte Unterlagen und Tools sind Teil der Seminare und Programme.

Live-online Seminare und Programme

Alle unsere Seminare und Programme können live-online umgesetzt werden, mit den ausgeschriebenen Inhalten oder mit beliebigen Anpassungen. Eine weitere Möglichkeit ist die vollständige Neugestaltung eines Live-online Programms ausgehend vom aktuellen Weiterentwicklungsbedarf im Unternehmen. Auch aktuelle Themen wie Digitalisierung, Working from Home und Remote Leadership werden angesprochen.

Live-online Coaching

Über Zoom, Skype oder andere geeignete Plattformen werden Coaching-Einheiten von 1 bis 3 Stunden angeboten. Da der Reiseaufwand entfällt, können live-online Coaching-Einheiten bei Bedarf und Verfügbarkeit auch kurzfristig eingeplant werden und eignen sich so ebenfalls zur Reaktion auf aktuelle und dringliche Vorkommnisse des unternehmerischen Alltags. Durch die Möglichkeit, kürzere Einheiten anzusetzen, kann optimal von einem modularen Aufbau profitiert werden: mehrere Module, unterbrochen von praktischen Anwendungsphasen, werden in einen Gesamtkontext gestellt. Für globale Unternehmen eignet sich live-online Coaching, um das hochwirksame Executive Coaching Schlüsselpersonen aller Standorte anbieten zu können.

Kontakt

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
Bogenstrasse 7, CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 (0)71 510 92 91
Internet www.sgmi.ch/inhouse
E-Mail inhouse@sgmi.ch

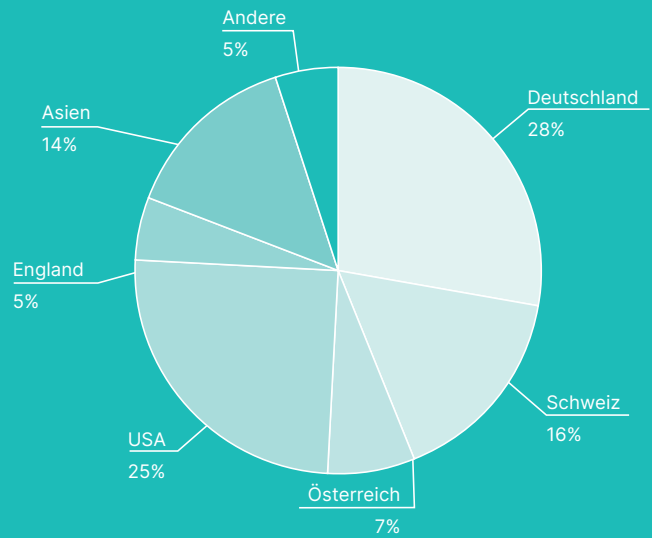


Daniel Schmidlin

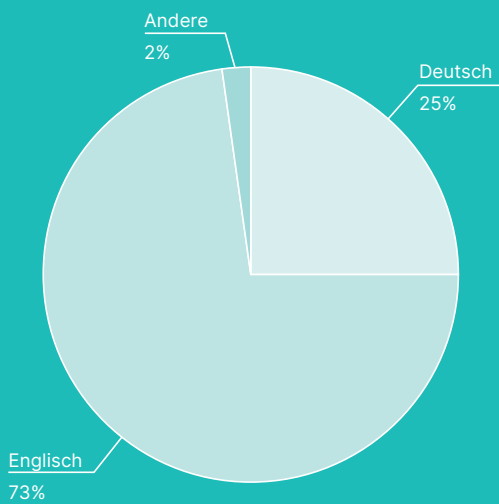
lic.oec.HSG (Universität St. Gallen)
Executive Director Corporate Programs



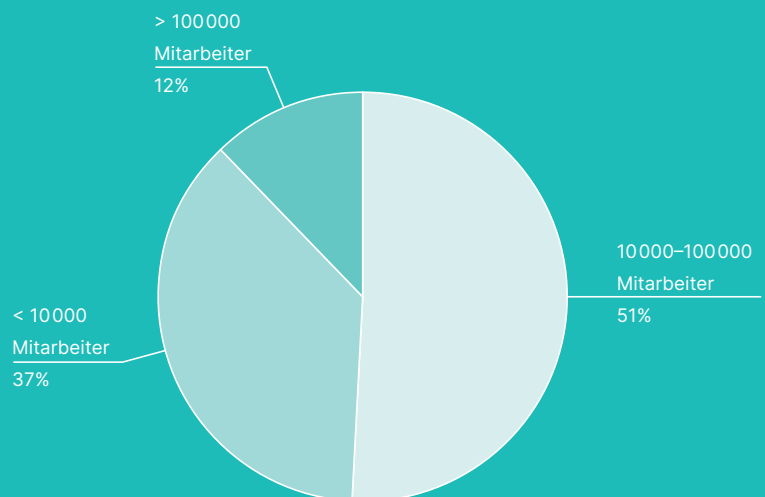
Nach Ländern (Firmenhauptsitz)



Nach Durchführungssprache



Nach Firmengrösse

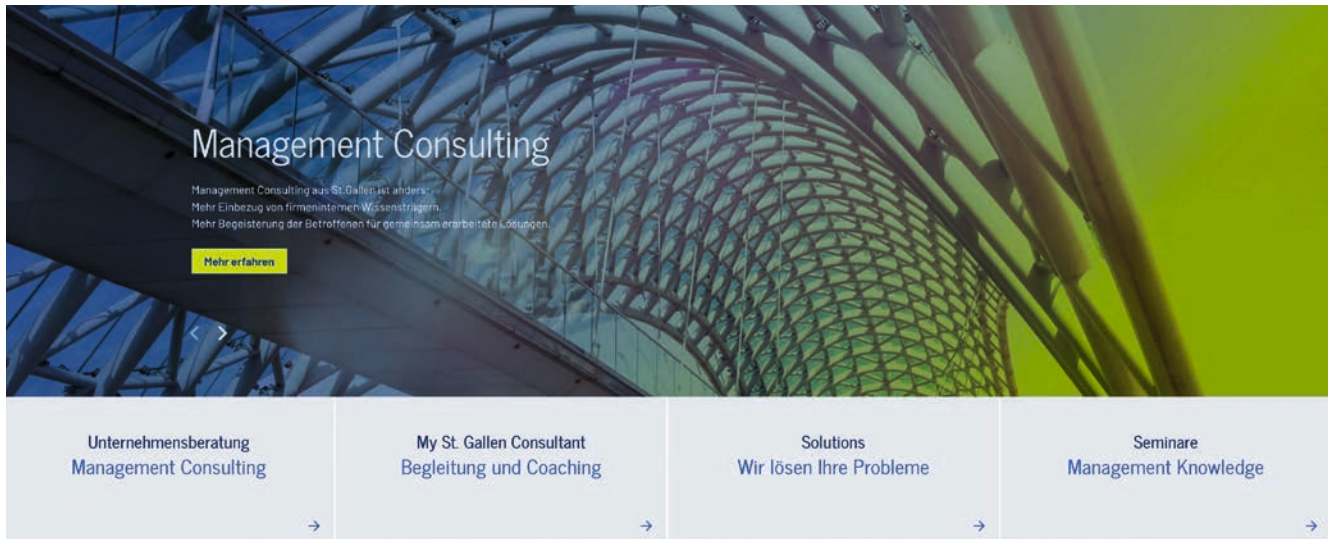




St. Gallen Consulting

www.sgimc.ch





Was Unternehmen wollen

Wirtschaftlicher Erfolg, Wachstum, Attraktivität, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, solide Kapitalstrukturen und unternehmerische Perspektive. Ehrgeizige Ziele eines jeden Unternehmens. Erreichbar, wenn der Weg dorthin stimmt.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt im Management: Die entscheidenden Weichen zur richtigen Zeit stellen, die wichtigen Personen an der richtigen Stelle einsetzen, die zielführenden Visionen identifizieren und umsetzen – kurz: Strategische Integration sämtlicher Managementprozesse.

St. Gallen Consulting findet die Erfolg versprechenden Wege, setzt die richtigen Parameter und legt das strategische Fundament, mit dem Ihre Visionen Realität werden. Strukturiert, fokussiert und mit der klaren Zielsetzung, Ihren wirtschaftlichen Erfolg nachhaltig zu steigern.

Und Management Consulting aus St. Gallen ist anders: Mehr Einbezug von firmeninternen Wissensträgern. Mehr Begeisterung der Betroffenen für gemeinsam erarbeitete Lösungen.

Wie wir denken

Erst die Berücksichtigung sämtlicher Faktoren, die einen Einfluss auf die Unternehmensentwicklung, Unternehmenswahrnehmung und das Handeln eines Unternehmens haben, führt zu nachhaltigen Strategien und Managementkonzepten.

St. Gallen Consulting verfolgt daher bei ihrer Beratungstätigkeit einen ganzheitlichen Ansatz. Er ermöglicht es, alle relevanten Parameter einzubeziehen und individuelle, integrative Konzepte für Ihr Unternehmen zu entwickeln. Gute Unternehmensführung bewirkt überdurchschnittliche Resultate. Zuerst für die Kunden. Dann für das Unternehmen, seine Mitarbeitenden und weitere Anspruchsgruppen. Wer höchste Ansprüche an die Leistung des Managements stellt, findet in St. Gallen Consulting einen erfahrenen Partner. Seit rund 30 Jahren fördern und begleiten wir Konzerne, Mittelstand und Organisationen auf ihrem Weg zum Erfolg.

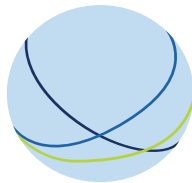
Was wir für Sie tun

St. Gallen Consulting ist Partner von Unternehmern, Aufsichtsorganen und vor allem des Top- und Executive Managements. Unser Engagement gehört der Organisation, die uns beauftragt. Für Sie und mit Ihnen und Ihrem Management arbeiten wir an den zentralen Fragestellungen. An den besten Lösungen. Am Umsetzen bis zum angestrebten Resultat.



Mit dem St. Galler Management System ist uns ein Ansatz gegeben, der nachhaltige Zukunftssicherung und kurzfristige Ergebnisoptimierung gleichermaßen forciert. Der Ethik und Moral genauso einfordert wie Unternehmertum und Geschäftstüchtigkeit. Der Führung als Gestaltung und Lenkung von Systemen einerseits, als motivierende Mitarbeiterführung andererseits optimiert.

Der hilft, Entwicklungen von außen frühzeitig zu erkennen und als Chancen zu nutzen. Der Kraft und Innovation von innen fördert und ihnen durch bestmögliche Prozesse sowie Strukturen zum Durchbruch verhilft.



St. Galler Management System
GUTES MANAGEMENT. NACHHALTIGE RESULTATE



Alle unsere Berater arbeiten nach diesem einzigartigen Management-Ansatz. Für Ihren Erfolg.

Wer wir sind

St. Gallen Consulting verkörpert das St. Galler Management-Verständnis: Ganzheitlichkeit statt Scheinlösungen. Nachhaltige Prosperität statt kurzfristige Gewinnmaximierung. Kundennutzen (Customer Value) statt nackter Shareholder-Value. Fairness statt Gier. Ethik anstelle von Schlitzohrigkeit. Unternehmertum statt Verwaltermentalität. Wachstums- und Innovationskraft statt Einbunkern. Schnell und einfach anstelle von lahm und bürokratisch.

Diese am Wohlergehen des Unternehmens wie der Gesellschaft ausgerichtete Einstellung erlaubt es, von allen Beteiligten höchste Leistung einzufordern: Wir treiben unsere Kunden in Richtung überdurchschnittlichen Erfolg. Einen Erfolg, den wir basierend auf unserem St. Galler Management System jedoch differenziert anpeilen: Klare Ethik und Werte-Basis. Starke, verteidigungsfähige Marktpositionen. Führend in Innovation und im Geschäft der Zukunft. Die besten Strukturen und Prozesse. Mitreißende Kultur und Motivation. Engagierte und fähige Mitarbeiterschaft. Operationelle Exzellenz. Überdurchschnittliche Gewinne und Wertentwicklung.

Was Sie davon haben

Unser Hauptaugenmerk gilt der Qualität unserer Beratung. Wir wollen Ihren Erfolg. Unsere Referenzliste umfasst internationale Konzerne, bedeutende Firmen des Mittelstands, wichtige Organisationen wie Genossenschaften, Verbände, Vereine und Institutionen des öffentlichen Rechts:

- ▶ 100 Konzerne
- ▶ 200 grosse Mittelstands-Firmen
- ▶ 800 mittlere und kleinere Unternehmen
- ▶ 100 NGOs, Verbände, Vereine, Institutionen

Nutzen Sie unsere St. Galler Kompetenz und unsere 30-jährige Erfahrung in wirkungsvoller Beratung.

Kontakt

Gerne stehen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung und reden mit Ihnen über eine konkrete Aufgabe oder ein Projekt.

St. Gallen International Management Consulting
Rosenbergstrasse 36, CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 (0) 71 222 15 00
E-Mail consulting@sgimc.ch
Internet www.sgimc.ch



Romed Guernern

lic.oec.HSG et lic.iur.HSG (Universität St. Gallen)
Geschäftsführender Partner



 <p>Mission. Vision. Oberste Ziele: Was wollen die Eigner?</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Die beste Strategie: Erfolg heute. Erfolg morgen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Gewinne und Rentabilität erhöhen: Den Wert des Unternehmens steigern.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Chancen- und Risikomanagement: Neue Spielregeln erkennen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Digitalisierung: Die digitale Transformation schaffen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Wachstums-Dynamik steigern: Den Wachstumssprung realisieren.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Hochleistungsorganisation: Die beste Struktur.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Kulturintegration bei M&A: Gekaufte Firmen integrieren.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Unternehmensnachfolge: Heute beginnen. Die Nachfolge planen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Markterfolg optimieren: Kampf um Marktanteile.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Wirkungsvoll führen: 20% Leistungsreserven nutzen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Power Teams: Miteinander Erfolg haben.</p> <p style="text-align: right;">→</p>
 <p>Professionell verkaufen: Optimierungsreserven nutzen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>	 <p>Vertriebskanäle der Zukunft: Neue Wege gehen.</p> <p style="text-align: right;">→</p>

Unverbindliche Projektanfrage: consulting@sgimc.ch, +41 71 222 14 00

Rufen Sie uns an, oder schreiben Sie uns eine E-Mail zu Ihrem Projekt. Wir setzen uns umgehend mit Ihnen in Verbindung. Gerne stehen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.



SGMI Alumni

www.sgmi.ch/alumni



Mit den Alumni-Aktivitäten bietet das SGMI Management Institut St. Gallen seinen ehemaligen Seminar Teilnehmer/innen und Diplomabsolventen/innen die Möglichkeit, auch nach dem Besuch von Weiterbildungsprogrammen vertiefende und neue Lernimpulse aufzunehmen.

Neben dem Zugriff auf die Alumni-Wissensplattform und dem regelmässig stattfindenden Management-Symposium mit Verleihung der SGMI Management Awards hat SGMI in Zusammenarbeit mit ehemaligen Diplomabsolventen eine Alumni-Organisation aufgebaut, welche dem Gedanken der Netzwerk-Bildung und des Wissensaustauschs in den Regionen Rechnung tragen soll.

SGMI Alumni-Wissensplattform

Führungskräfte bei der Umsetzung und Anwendung des in Management-Seminaren vermittelten Wissens zusätzlich zu unterstützen, ist Zielsetzung der SGMI Alumni-Wissensplattform. Die Plattform ermöglicht den Zugriff zu State-of-the-Art-Wissen in Form von:

- ▶ Management-Tools
- ▶ Arbeitsinstrumenten und -unterlagen
- ▶ Wissensbausteinen
- ▶ Themenspezifische Literaturlisten
- ▶ Projekt- und Diplomarbeiten
- ▶ Fallstudien, Management Cases
- ▶ u. a.

SGMI Alumni-Symposium

In regelmässigen Abständen lädt SGMI zum Alumni-Symposium. Eine Veranstaltung der ganz besonderen Art. Rückschau ebenso wie Vorschau stehen im Zentrum des besonderen Anlasses. Namhafte Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik referieren und diskutieren über aktuelle Themen aus der Wirtschaftswelt. In Workshops wird die Thematik vertieft und Raum für eigene Anregungen gegeben. Nicht weniger wichtig ist dabei der gesellige Teil, sind Kontakte mit seines- und ihresgleichen.

SGMI Management Awards

Mit den «Management-Awards» zeichnet das SGMI Management Institut St. Gallen die besten Master- und Diplomabsolventinnen/-absolventen aus. Die Verleihung findet in einer feierlichen Award-Gala im Rahmen des SGMI Management-Symposiums statt und richtet sich nach dem Notendurchschnitt der Kandidaten.

SGMI Alumni-Netzwerk

Nach dem Motto «Wiedersehen, Kennenlernen, Wissensaustausch» ermöglichen und unterstützen die Alumni-Regionalorganisationen die Netzworkebildung sowie die Kontaktpflege zwischen ehemaligen Seminar Teilnehmern/innen und Diplomabsolventen/innen. Die folgenden Ziele stehen dabei im Vordergrund:

- ▶ Bildung von regionalen Alumni-Netzwerken
- ▶ Durchführung gemeinsamer Anlässe
- ▶ Soziale und berufliche Kontaktpflege
- ▶ Erfahrungsaustausch aus Beruf und Weiterbildung
- ▶ Plattform für State-of-the-Art-Wissen
- ▶ Impulse aus der Praxis für Lehre und Forschung
- ▶ Unterstützung und Hilfestellung für angehende Diplom- und Masterabsolventen/innen.

Das SGMI Alumni-Netzwerk ist dabei in 5 Regionen unterteilt:

- ▶ SGMI Alumni «Schweiz – International»
- ▶ SGMI Alumni «Norddeutschland»
- ▶ SGMI Alumni «Mitteldeutschland»
- ▶ SGMI Alumni «Süddeutschland»
- ▶ SGMI Alumni «Österreich – Ost»

Besuchen Sie uns auch in unseren
Social Media Gruppen:



SGMI Alumni-Regionen und -Tagungen

Die fünf regional ausgerichteten Alumni-Vereinigungen bieten SGMI Alumnae und Alumni die Möglichkeit, regelmässig alte und neue SGMI-Bekanntschaften zu pflegen und zu fördern. Im Rahmen von Gastreferaten, Workshops, Betriebsbesichtigungen, Symposien oder informellen Treffen können Erfahrungen aus Beruf und Weiterbildung ausgetauscht sowie wertvolle Kontakte geschaffen werden.

Diesem Ziel entsprechend werden die Anlässe von einer/m ehemaligen SGMI-Absolventin/en aus der jeweiligen Region organisiert, welcher/m gleichzeitig die Leitung der regionalen Alumni-Organisation untersteht. An den einzelnen Veranstaltungen, die in regelmässigen Abständen durchgeführt werden, sind alle unsere ehemaligen Seminarteilnehmer/innen und Diplomabsolventen/innen herzlich willkommen. Veranstaltungen konnten u.a. in Zusammenarbeit mit unten aufgeführten Unternehmen durchgeführt werden.

Dem in 5 Regionen unterteilten SGMI Alumni-Netzwerk stehen die folgenden Regionalleiter vor.

SGMI Alumni «Schweiz – International»



Regionalleiter



Peter Bachofner
Director
Mercuri Urval International
CH-Zürich

SGMI Alumni «Norddeutschland»



Regionalleiter



Dirk Wolff-Simon
Bankdirektor, Kreditrisikomanagement
NORD/LB
D-Hannover

SGMI Alumni «Mitteldeutschland»



Regionalleiter



Dieter Hoffmann
Account Manager
adesso SE
D-Frankfurt am Main

SGMI Alumni «Süddeutschland»



Regionalleiter



Wolfgang Eggerl
Geschäftsführer
Schweitzer-Chemie GmbH
D-Freiburg am Neckar

SGMI Alumni «Österreich – Ost»



Regionalleiter



Dipl. Ing. Herbert Schmid
Geschäftsbereichsleiter
Innsbrucker Kommunalbetriebe AG
A-Innsbruck



SGMI Alumni Network

Mehr dazu unter www.sgmi.ch/alumni

SGMI Alumni «Süddeutschland» live beim Basketball



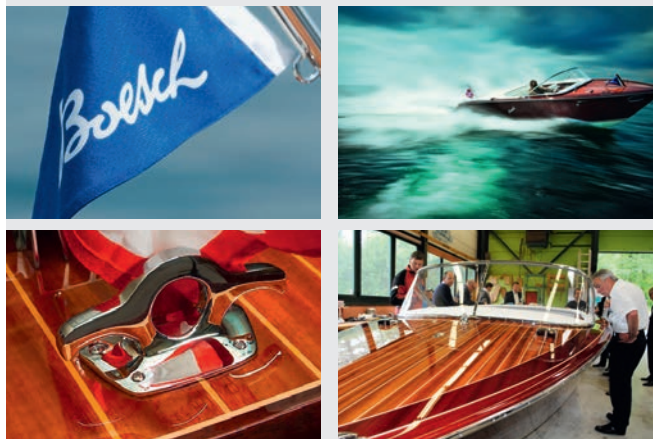
SGMI Alumni «Norddeutschland» Einblicke in die KIND- Unternehmensgruppe



SGMI Alumni «Norddeutschland» bei Jägermeister



SGMI Alumni «Schweiz-International» zu Gast bei Boesch Motorboote



SGMI Alumni «Norddeutschland» auf Betriebsbesichtigung bei Volkswagen



SGMI Alumni «Schweiz-International» zu Gast bei der SWISS



SGMI Alumni «Süddeutschland» zu Gast beim VfB Stuttgart



Montblanc empfängt SGMI Alumni -«Norddeutschland»



SGMI Alumni «Süddeutschland» zu Gast in der BMW Welt in München



SGMI Alumni «Schweiz-International» erlebt Marketing bei Mammut



SGMI Alumni «Süddeutschland» auf virtueller Reise in Ludwigsburg



SGMI Alumni «Norddeutschland» zu Besuch in Salzgitter



Information und Beratung

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

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Anmeldung

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

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- ▶ 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 Diplom 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. In der Diplomgebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil (alle Seminar- und Diplomgebühren zzgl. 8.1% MWST). 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.

den. Die Seminar-, Diplomgebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

Umbuchung, Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplomdurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr 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 bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an seminare@sgmi.ch 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 auf Ihre Anmeldung. Bitte senden Sie uns den Anmeldealon per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut
St. Gallen

Bogenstrasse 7

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

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum Name Vorname

Firma

Adresse/PLZ/Ort



Telefon

E-Mail

Branche

Funktion

Datum

Unterschrift



Online Seminare & Programme

- «3x4» Compressed St. Gallen Knowledge
- «6x4» Online Seminare
- «12x4» Online Programme
- «18x4» Online Programme



Home | Online Seminare & Programme



«3x4» Compressed St. Gallen Knowledge

Kompaktes St. Gallen Wissen. Live-online mit 3 Sessions à 4 Stunden. Maximaler Erkenntnisgewinn in kürzester Zeit. Vollkommen ortsunabhängig.

- Strategisches Management →
- Leadership für Executives →
- Mitarbeiterführung →
- Finanzmanagement →
- Finanzielle Führung →
- Marketing Management →



«6x4» St. Gallen Online Seminare

St. Gallen Seminare. Live-online mit 6 Sessions à 4 Stunden. Ein umfassendes und vertiefendes Lernerlebnis mit viel Interaktion.

- Executive Management Update →
- Digitalisierung als Treiber für Erfolg →
- Strategisch navigieren →
- Strategie und Marketing für Juniors →
- Leadership Excellence erreichen →
- Change aktiv gestalten →
- Wirkungsvoll führen →
- Gewinne und Werte steigern →
- Finanzielle Steuerung verstehen →
- Differenzierung durch Marketing →



Online Programme

St. Gallen Programme. Live-online mit 12 bis 18 Sessions à 4 Stunden. Ein umfassendes und vertiefendes Lernerlebnis mit viel Interaktion.

- Executive Management Programm →
- General Management Programm →
- Strategie & Finanz Programm →
- Leadership & Change Programm →



St. Gallen | Zürich | Frankfurt | Berlin | Wien | London | Boston | Shanghai | Tokyo

St. Gallen Experience

www.sgmi.ch



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN

Bogenstrasse 7 • CH-9000 St. Gallen • Telefon +41 71 223 50 30 • Telefax +41 71 223 50 32
www.sgmi.ch • seminare@sgmi.ch

