

ST. GALLER EXECUTIVE MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

8

Wer auf Dauer Kompetenz bewahren will, wer seinem Führungsanspruch gerecht werden oder Aufstiegschancen nutzen will, kommt nicht umhin, sich mit den neuesten Erkenntnissen zur Unternehmensführung vertieft auseinander zu setzen.

Das St. Galler Executive Management Programm bietet in 2-mal 4 Tagen die Möglichkeit, ein intensives, ganzheitlich ausgerichtetes Management-Programm auf höchstem Niveau zu absolvieren und neuestes Wissen zu den wichtigsten Themen erfolgsorientierter Unternehmensführung kennen zu lernen und zu vertiefen. Inhalt, Aufbau, Referenten und Methodik genügen höchsten Anforderungen im Hinblick auf Professionalität, Praxis- und Wissenschaftsbezug.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Executive Führungskräfte, die nach mehrjähriger Praxistätigkeit erneut ihr Management-Wissen ergänzen und vertiefen wollen.
- Unternehmer, Geschäftsleitungsmitglieder oder deren Nachfolger.
- Leiter/innen von Geschäftsbereichen und bedeutenden Business Units.
- Führungskräfte der oberen Führungsebene, die sich auf neue, anspruchsvolle Positionen vorbereiten wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz

- Kernelemente der ganzheitlichen Unternehmensführung
- Der richtige Umgang mit Komplexität
- Der Einfluss der digitalen Transformation
- Normatives Management: Die grundlegenden Weichenstellungen
- Strategisches Management: Das Unternehmen auf die Zukunft ausrichten
- Operatives Management: Prozesse beherrschen und Resultate erzielen

Erfolgsfaktoren im Strategischen Management

- Erfolgsfaktor Methodik: Die richtige Vorgehensweise zur Erarbeitung von Strategien
- Erfolgsfaktor Information: Den Handlungsbedarf erkennen
- Erfolgsfaktor Commitment: Akzeptanz durch Einbezug der Mitarbeiter in die Strategiefindung
- Erfolgsfaktor Zeit: Schnelle Ergebnisse durch Delegation im Strategieprozess

Strategien erfolgreich umsetzen

- Strategie-Implementierung: Die erfolgreiche Umsetzung von strategischen Konzepten
- Konzepte und Methoden des Strategischen Controllings
- Arbeiten mit Management-Cockpits und dem St. Galler Implementierungs-Barometer
- Implementierungsbarrieren frühzeitig erkennen und beseitigen

Strategisches Marketing und Corporate Brand Management

- Total Customer Focus: Kundennutzen und Kundennähe
- Preis- oder Qualitätsführerschaft: die strategisch richtige Positionierung im Markt
- Corporate Brand Management als Schlüssel zur Differenzierung vom Wettbewerb
- Markterfolg durch Service- und Vertriebskompetenz

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Werte- und Kulturmanagement

- Die Vermittlung der zentralen Werte als Management-Aufgabe
- Synchronisation von Strategie und Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur als Führungsinstrument

- Unternehmens- vs. Organisationskultur
- Die Unternehmenskultur als Verhaltensraster im Unternehmen
- Massnahmen zur langfristigen Beeinflussung der Unternehmenskultur
- Behutsamer Wandel: Kulturkrisen vermeiden

Change Management

- Grundmuster von Veränderungsprozessen
- Die Angst vor Veränderungen abbauen
- Kommunikation als zentrales Führungsinstrument im Change Prozess
- Das Engagement für den Wandel erreichen
- Veränderungsprozesse strukturieren und steuern
- Die Führungskraft als Change Agent

Leadership Performance

- Die Entwicklung von persönlicher Leadership-Kompetenz
- Führungsrollen und Führungsaufgaben des Executive Managements
- Führungsverhalten und Vorbildfunktion des Executive Managements gerade in schwierigen Situationen

Coaching und Empowerment

- Mitarbeiter zum Erfolg führen
- Die Rolle des Executive Managements bei Förderung und Nutzung des Human-Potentials
- Empowerment: Mehr Motivation, mehr Leistung und mehr Zufriedenheit durch gezielte Delegation von Aufgaben und Verantwortung

Executive Communication

- Die Executive-Führungskraft als Stimme und Repräsentant des Unternehmens
- Kritische Gesprächssituationen souverän meistern
- Der richtige Umgang mit Politik, Medien und Interessengruppen
- Kompetenz in Auftreten und Aussage

Executive Finance

- Die finanzielle Führungsverantwortung
- Steigerung des Unternehmenswerts und der Performance
- Erfüllung der Ansprüche an die Liquidität, Rentabilität und Stabilität

SEMINARDATEN

| | | | |
|-------------|---------|-------------------|------------|
| 1039 | Teil 1 | 02.–05.09.2019 | St. Gallen |
| | Teil 2: | 04.–07.11.2019 | Flims |
| 1049 | Teil 1 | 18.–21.11.2019 | Luzern |
| | Teil 2: | 27.–30.01.2020 | Brunnen |
| 1010 | Teil 1 | 02.–05.03.2020 | Flims |
| | Teil 2: | 30.03.–02.04.2020 | Luzern |
| 1020 | Teil 1 | 02.–05.03.2020 | Flims |
| | Teil 2: | 22.–25.06.2020 | Brunnen |

Seminargebühr

CHF 9900.–* (zzgl. 7.7% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische
Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 244 55 55