**EUROPEAN MANAGEMENT CENTRE**

1, P. Volov Str., 1504 Sofia, Bulgaria, Tel: Mob.+359 887 51 66 45 Viber

Mob.+41 79 79 48 613 Viber

**emc@emcbg.eu, www.emcbg.eu**

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT MEMBER

MEMBER OF THE INTERNATIONAL VOCATIONAL TRAINING ASSOCIATION

UNIDO Representative for Bulgaria/CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES ACTIVITIES

# EUROPEAN

# MANAGEMENT

# CENTRE

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT MEMBER

Member of the International Vocational and Training Association

**PROGRAMMES**

**2022**

Location: Austria, Wien and Baden bei Wien

General Management.............................................. 3

Offene Seminare.................................................... 8

In House Training……………………................................ 31

Projektmanagement……........................................... 41

Referenzliste der Firmen.......................................... 44

###### EUROPEAN MANAGEMENT CENTRE

###### Know-How Transfer

**General Management**

Besuch in Österreich:   
 Tage/ Nächte –

### ZIELGRUPPE

Das Programm ist für Führungskräfte und Manager auf verschiedenen Führungsebenen vorgesehen und praxisorientiert, damit die Teilnehmer auch für ihre eigene Praxis Lösungen von Problemen und Antworten auf schwierigen Fragen finden können.

**METHODE**

Aktives Training und Erfahrungsaustausch nach dem Muster: Erleben –Reflexion – theoretische Fundireung.

**FORMEN**

* Einzel- und Gruppenarbeit
* Fallbeispiele
* Übungen
* Theoretische Unterstützung durch die Vortragenden

**MODUL 1**

Strategische Mitarbeiterführung

Ohne Menschen kein Erfolg oder wie man Humanressourcen am besten managed.

**ZIELE**

* Die Elemente effizienter und erfolgreicher Personalführung kennen lernen
* Meinen eigenen Führungsstil erkennen und für mich bewerten. Erkennen, wann welcher Führungsstil zielführend ist. Die Dynamik der verschiedenen Führungsstile verstehen lernen
* Methoden zur Erhebung des Personalbedarfs kennen lernen. Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil formulieren. Reflektieren, welche Auswahlmethode in welcher Situation die beste ist.
* Verstehen lernen, wie ein effizienter Schulungsplan zu Stande kommt, und wie man diesen effektiv umsetzt. Erarbeiten von möglichen Medien und wie diese sinnvoll eingesetzt werden können. Kennen lernen von Controlling-Instrumenten im Schulungsberich.
* Motivationstheorien kritisch betrachten und anhand von Fallbeispielen ihre Relevanz anwenden.
* Faktoren kennen lernen, die die besten Mitarbeiter halten können

**INHALT**

* **Personalführung:** Eine Einführung
* **Führungsstile:**
* Autoritär versus demokratisch
* Modell nach Mc Gregor
* Managerial Grid als Führungsinstrument (Modell nach Blake und Mouton)
* **Personalauswahl:** 
  + Vom Personalbedarf zum besten Kandidaten
  + Die richtige Suche
  + Vergleich der verschiedenen Auswahlmethoden (Vor- und Nachteile)
* **Personalentwicklung:**
  + Schulungsbedarfserhebung
  + Das richte Schulungsmedium
  + Auswahl der richtigen Vortragenden
  + Controlling von Schulungsmaßnahmen
* **Motivation** – die praktische Bedeutung der wichtigsten Motivationstheorien in der betrieblichen Praxis.
* **„keeping** **the best“**
* **EU-Beitritt: Risiko oder Chance?**  
  Aus den Erfahrungen Österreichs (Beitritt 1995) lernen

**MODUL 2**

International Marketing und Customer Relationship Management

International Marketing und   
Customer Relationship Management

Die turbulenten Märkte von heute erfordern dynamisches Marketing:

Hin zum Kunden!

Den Kunden richtig zu verstehen, seine Interessen und Bedürfnisse herauszufinden, seine Sprache zu sprechen und letztlich seine Wünsche optimal zu erfüllen, verlangt eine konsequente Markt- und Kundenorientierung.

* Marketing als Kultur und Denkhaltung
* Integration des Marketing in die Unternehmenspolitik
* Entwicklung von Marketing-Strategien
* Marketing Instrumenten-Mix: Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation
* Markenführung
* Integrierte Marketing Kommunikation

**INHALTE**

* **Marketing Planung und Strategie - Modernes Marketing Management**
* Suche nach Erfolgsfaktoren
* Das Paradigma des Marketings
* Veränderte Markensituationen
* Veränderungen bei Konsumenten und Industriekunden
  + **Marketing-Strategien, -Segmentierung und -Instrumente**
* Strategische Betrachtung
* Zentrale Bedeutung der Segmentierung im Marketing
  + **Marketing-Planung: Entwicklung einer Marketing-Strategie**
* Planungsprozess
* Asking: Marktforschung, Kunden-, Konkurrenz- und Unternehmensanalyse
* Seeing: Marktsegmentierung und Definition von Teilmärkten
* Saying: Positionierung und Gestaltung des Marketing-Mix
* Intiating: Festlegung der Massnahmen, Kontroll- und Steuerungsmechanismen
* Einsatz von Methoden, Modellen, Mustern
  + **Marketing-Instrumente - Dynamik im Marketing »**
* Produktpolitik
* Preispolitik
* Distribution
* Kommunikation
* **Modernes Customer Relationship Management**
  + mehr Effizienz im Vertrieb
  + Wettbewerbsvorteile durch eine systematische Marktbearbeitung erzielen
  + eine verstärkte Kundenorientierung im Verkauf, Marketing und Service umsetzen
  + die Trefferquote im Verkaufsabschluss erhöhen.
* **Neue Kundenbeziehungen:**   
  Wandel der Märkte und Neugestaltung der Kundenbeziehung
* **Customer Relationship Management (CRM):**   
  Vom Rationalisierungstool zur Managementstrategie - die Begriffe rund um CRM
* **CRM-Ziele:** Die Ziele des Kundenbeziehungsmanagement nach Anwendergruppen
* **CRM-Systeme:** Die Technologie zur Umsetzung der CRM-Philosophie
  + **The Sales- Management:**
* Werkzeuge und Techniken mit denen Sie den Verkaufsprozess optimieren
* So komme ich vom produktorientierten Verkauf zu einer kundenorientierten Beratungsleistung und langfristigen Kundenbeziehung
* So kommunizieren Sie mit Ihrem Kunden besser
* Der Verkäufer als :
  + Beziehungsmanager
  + Business development manager
  + Problemlöser

**MODUL 3**

Strategische Führung der Firma. Planung und strategisches Controlling

Strategische Führung der Firma

* Vision. Leitbild. Strategisches Ziel
* Begriff, Ziele, Konzepte
* Scenarien für Strategiegesteltung
* Strategie - warum?
* Strategische Planung – Führung der Firma
* Instrumente für strategische Planung und Führung
* SWOT-Analyse
* Tendenzen bei der Entwicklung der Organisation
* Umdenken der Prozessenorganisation in der eigenen Firma
* Strategische Analyse – Ist-Analyse
* Strategische Geschäftseinheiten
* Stärken-Schwächen-Anaalyse

**Controlling**

* **Begriffe**
* Zielsetzung
* Messung
* Abweichung
* Maßnahmen setzen
* Controllinginstrumente
* Kennzahlen und Kennzahlensysteme
* Benchmarking
* Balanced Scoring Card



# EUROPEAN

# MANAGEMENT

# CENTRE

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT MEMBER

Member of the International Vocational and Training Association

Offene Seminare

**Führung und Management**

**Professionelles Management** –……............................................................. 9

**Einstiegsseminar für mittleres Management** –

І Modul –……………….………………………………………. 11

**Strategisches Management und Umsetzung mittels Performance Management** –

....................................................................................................... 13

**Führung durch Ziele (Das Jahresmitarbeitergespräch) -**......................... 14

**Die neuernannte Fuehrungskraft**.............................................................................. 15

**Personalentwicklung**

**Zeit- und Selbtmanagement**..................................................................................... 16

**Motivation & Selbstmanagement** –............................................................. 17

**Von der Vision zu Aktionen** –.................................................................... 18

**Emotionalle Intelligenz**............................................................................................ 20

**Marketing und Kommunikation**

**Modernes Marketing & Customer Relationships Management –**........... 22

**Tactical Negotiating & Dealmaking** –……………………………..…………………………….23

**Public Relations Management**................................................................................... 24

**Persuasive Presentations –** 25

**Conflict Management – Perfect Communication**……………………...................................... 26

**Effective Selling Methods –**...................................................................... 27

**Finanz- und Rechnungswesen**

**Finanzmanagement für Nichtspezialisten**................................................................. 28

**Controlling in der Praxis für Führungskräfte –**…....................................... 29

**Controlling und Finanzmanagement für Spezialisten** –..................... 30

**DAUER: 9–17 Uhr**

**Offenes Seminar**

Professionelles Management

**TRAINER: Mag. Harald Schwarz**

Das Seminar deckt drei wichtige Kompetenzbereiche ab und schließt eine persönliche Maßnahmenplanung und Umsetzungssicherung ein.

**ZIELE UND INHALTE**

#### Aufgaben und Rollen erfolgreicher Führungskräfte

* Die unterschiedlichen Rollen und Aufgaben in der Managementposition  
  (eigene Stärken und Entwicklungsnotwendigkeiten, persönliche Interessen und Notwendigkeiten aus der Situation des Unternehmens)
* Reflexion der persönlichen Wirkung
* Nutzen von Feedback (Beobachten, Wahrnehmen, Rückmelden)
* Unterschiedliche Verständnisse und Wahrnehmungen der Organisation und ihrer Umwelten – die möglichen Konsequenzen daraus
* Wahrnehmung und Kommunikation

#### Ergebnisorientierte Mitarbeiter- und Teamführung

* ganzheitliches Verständnis von Führung entwickeln
* Theorien und Modelle kennenlernen und mit dem eigenen „Repertoire“ vergleichen
* Motivation und Leistung; Mitarbeiter- und Teamentwicklung
* Sensibilität für Gruppenprozesse weiterentwickeln
* Eigenes Führungsverständnis überprüfen und die wahrscheinlichen Konsequenzen unterschiedlicher Führungsstile erkennen
* Führungsstile und Delegation
* Situatives Führen und Entscheiden

#### Strategisches Management und Führen im strategischen Wandel

#### Sicherung und Ausbau strategischer Ressourcen

* Sicherung des Existenzgrundes des Unternehmens
* Voraussetzungen erfolgreicher Strategienarbeit
* Struktur und Ablauf strategischer Planung
* Phasen im Veränderungsprozess
* Umgang mit Widerständen
* Das „Einfluss-Portfolio“ in der Organisation und der eigene Erfolg
* Führen in Veränderungsprozessen und Fördern von Veränderungsbereitschaft und Lernfähigkeit im eigenen Gestaltungsbereich
  + **Persönliche Maßnahmen- und Umsetzungsplanung. Kontakte in Form von „peer Group Treffen“ untereinander (Lernpartnerschaften) die nach dem Seminar weiterwirken werden.**

###### METHODE

* Die reale Praxis der Teilnehmer steht im Vordergrund. Ihre Fragen, Themen, Probleme bestimmen stark den Seminarablauf, daher:
* gestalten Trainer und Teilnehmer gemeinsam Lernfelder und –bedingungen
* Managementtheorien und – Denkmodelle werden mit den Erfahrungen und Möglichkeiten der Teilnehmer verglichen und diskutiert
* Die Arbeitsmethode basiert auf erfahrungsorientiertem Lernen nach dem Modell „Erleben - Reflektieren – theoretisch Fundieren“
* Vernetzung und voneinander lernen im Teilnehmerkreis beim Seminar und danach
* Vereinbarung von Vertraulichkeit

**ZIELGRUPPE**

#### Das Seminar richtet sich an das obere Management, Geschäftsführer und Unternehmer.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER– Modul 1**

**– Modul 2**

Einstiegsseminar für Führungskräfte

im mittleren Management

**TRAINER: Prof. Dr. Martin Stieger**

Für diese Zielgruppe hat sich ein mehrphasiges Vorgehen als sehr erfolgreich vorausgestellt.

Wobei es vorteilhaft ist, wenn mit den Teilnehmern an diesem Seminar durch die jeweiligen Vorgesetzten ein Entsendungsgespräch geführt wird. Dabei werden die Entwicklungserfordernisse und Lernziele vereinbart und nach Abschluss ihre Erreichung und die Umsetzungserfolge bewertet. Dies erzeugt erfahrungsgemäß “mehr Bodenhaftung” für das Gelernte.

Wo notwendig werden die Vorgesetzten auf ihre Rolle als Coach durch ein Kurztraining vorbereitet.

**ZIELE UND INHALTE DES PROGRAMMS**

###### Modul 1

###### Führen im mittleren Management (3 Tage)

* + Eigenanalyse: Bestandsaufnahme der eigenen Managementpotentiale (analysieren der Stärken und der Entwicklungsfelder)
  + Die Rolle als Zwischenvorgesetzter (Anforderungen, Chancen und mit Widersprüchen umgehen können)
  + Eigenes Führungsverständnis überprüfen und die wahrscheinlichen Konsequenzen unterschiedlicher Führungsstile erkennen
  + Führungsinstrumente, Situatives Führen und Entscheiden
  + Teams entwickeln und führen
  + Kommunikationsfähigkeit in Führungssituationen erkennen, ausbauen
  + Motivationprinzipien und –theorien und die eigene Praxis
* Persönliche Maßnahmen- und Umsetzungsplanung

###### Praxisphase (4-8 Wochen)

## „on the job“ anwenden, Kontakte der Lernpartner

* Feedback-Gespräche mit den Vorgesetzten

**Modul 2**

**Vertiefung der Führungsthemen, Kommunikation und Konflikt (3 Tage)**

* Umsetzungen überprüfen, flankierende Schritte zur "Nachbesserung"
* eigene Stärken und Entwicklungsnotwendigkeiten in der Mitarbeiter- und Teamführung erkennen
* Führen in Veränderungen und Fördern von Veränderungsbereitschaft
* Sensibilität für Gruppenprozesse weiterentwickeln
* eigene Stärken und den Entwicklungsbedarf für „kommunikative Situationen“ erkennen
* Umgang mit Konflikten
* Prinzipien des strategischen Management und Veränderungsmanagement

###### Praxisphase (4-8 Wochen)

* Eveluierungsgepräch mit den Vorgesetzten
* Umsetzungshilfen (Vorgesetzte, Lernpartnerschaften)

###### METHODE

* Die reale Praxis der Teilnehmer steht im Vordergrund. Ihre Fragen, Themen, Probleme bestimmen stark den Seminarablauf, daher:
* gestalten Trainer und Teilnehmer gemeinsam Lernfelder und –bedingungen
* Managementtheorien und – Denkmodelle werden mit den Erfahrungen und Möglichkeiten der Teilnehmer verglichen und diskutiert
* Die Arbeitsmethode basiert auf erfahrungsorientiertem Lernen nach dem Modell „Erleben - Reflektieren – theoretisch Fundieren“
* Vernetzung und voneinander lernen im Teilnehmerkreis beim Seminar und danach
* Vereinbarung von Vertraulichkeit

**ZIELGRUPPE**

Personen mit Führungsaufgaben der mittleren Ebne, die ihre praktische Managementkompetenz steigern und ihre Potenziale ausloten wollen.

Linienmanager, Projektleiter, Leiter von Teams und Stäben mit Personalverantwortung.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*:**

**Euro (ohne Mehrwertsteuer)**

* + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:**

**Offenes Seminar**

Strategisches Management mittels

Performance Management

**TRAINER: Mag. Helmut Prenner**

Wie ein Trainer einen Spitzensportler trainiert sollte ein Manager einen „Trainingsplan“ für seinen Bereich erarbeiten und umsetzen um Spitzenleistungen zu erreichen. Dieser Trainingsplan heißt Performance Management.

**ZIELE UND INHALTE**

Die Führungskräfte im Unternehmen sind meist zu sehr im Tagesgeschäft involviert um das Unternehmen zu Höchstleistungen zu bringen. Grundlage für ein erfolgreiches Unternehmen ist die Entwicklung einer erfolgreichen Strategie und die Umsetzung dieser Strategie. Dieses Seminar zeigt Ihnen mit welchen Methoden Sie erfolgreiche Strategien entwickeln und wie Sie die Stratgien umsetzen. Anbei von konkreten Beispielen lernen Sie die do and dont`s des strategischen Performance Managements.

Das Seminar zeigt den Ablauf der Entwicklung des Strategischen Managements und die Einführung des Performance Management:

* Vision, Mission und Strategie Entwicklung im Unternehmen
* Methoden zur strategischen Umweltanalyse und Unternehmensanalyse (SWOT, Portfolio, Szenariotechnik GAP Analyse)
* Methoden zur Findung von Markt und Wettbewerbstrategien
* Balanced Score Card als Umsetzungsinstrument des strategischen perfomance managements
* EDV Umsetzung von performance management
* Performance management und Mitarbeiterführung

**ZIELGRUPPE**

Vorstand, Geschäftsführer, Führungskräfte, Controller und Human Resource Manager.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:, 9-17 Uhr**

**Offenes Seminar**

Führung durch Ziele

(Das Jahresmitarbeitergespräch)

**TRAINER: Dr. Ernst Walmuller**

Jahres- bzw. Zielvereinbarungsgespräche sind wichtige Instrumente zur Motivation der Mitarbeiter, deren Entwicklung und Erhöhung ihrer Leistung.

In den meisten erfolgreichen und modernen Unternehmen hat sich der Ansatz "Führen durch Ziele" bereits durchgesetzt.

**ZIELE UND INHALTE**

1. **Was ist ein Mitarbeitergespräch?**

* Welche Zielsetzung wird damit verfolgt und welche Zusammenhänge zur Organisation bestehen
* Das Mitarbeitergespräch als Führungsinstrument
* Das Mitarbeitergespräch als Personalentwicklungstool
* Welche Arten/Möglichkeiten von Mitarbeitergesprächen gibt es
* Abgrenzung zu Beurteilungssystemen bzw. deren Kombination
* Ablauf und Aufwand eines Gespräches

**II. Struktur und Inhalte von Mitarbeitergesprächen**

* Gemeinsame Reflexion der vergangenen Arbeitsperiode
  + Rückschau halten,
  + Zielerreichung und Aufgabenerledigung einschätzen,
  + Zusammenarbeit von Mitarbeitern und Vorgesetzten thematisieren,
  + Potentiale analysieren – Stärken und Entwicklungsfelder erkennen,
  + Arbeitszufriedenheit (Motivation) fördern.
* Zukünftige Entwicklungen und Ziele gemeinsam definieren
  + Zielvereinbarung und Aufgaben für die kommende Arbeitsperiode.
* Unterstützung und Fördermaßnahmen
  + Weiterbildungsbedarf und Fördermaßnahmen der Mitarbeiter werden damit an die Zielfestlegungen gekoppelt.
  + Fachliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten werden geklärt.

**III. Der Implementierungsprozess**

Idealtypische Vorgehensweise

Grundvoraussetzungen bzw. Rahmenbedingungen im Unternehmen

**IV. Gesprächführung**

Gesprächführung und –haltung als Führungskraft, Fragetechniken, Umgang in schwierigen Situationen.

###### METHODE

Kurzvorträge, Gruppenarbeiten, Übungen, Diskussion, Konzeptentwicklung und Transfersicherung zum Unternehmen.

**ZIELGRUPPE**

Organisations- und Personalentwickler, Führungskräfte alles Hierarchiestufen sowie Mitarbeiter die im Unternehmen mit Personalentwicklungsaufgaben betraut sind.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER: 2 Tage, 9 – 17 Uhr**

**Offenes Programm**

Die neu ernannte Führungskraft

**TRAINER: Prof. Dr. Martin Stieger**

**Was Sie bei diesem Lehrgang erwartet**

Wenn Sie aus dem Kreis der Kollegen befördert werden, ergibt sich aus diesem Rollenwechsel eine Reihe von Herausforderungen. Seit vielen Jahren bereitet unser Lehrgang neu ernannte Führungskräfte auf ihre neuen Aufgaben vor. Er wird auch Sie mit den nötigen Managementfähigkeiten ausstatten, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden und sie erfolgreich zu meistern.

Unsere Referenten sind langjährige Vortragende der Managerakademie mit jeweils ausgezeichneten Teilnehmerbewertungen.

**ZIELE**

Während Fьhren immer schwieriger wird, werden Führungskräfte immer weniger auf diese Aufgabe vorbereitet. Dieser Lehrgang vermittelt nicht nur Managementwissen, sondern macht erlebbar, wie wichtig die Stärkung der eigenen Persönlichkeit fьr den Führungserfolg ist.   
Erst die Verknüpfung Ihres Fachwissens mit Managementfähigkeiten macht Sie zur erfolgreichen Führungskraft.

Dieser Lehrgang soll Sie befähigen:

■ Ziele mit Menschen zu erreichen

■ Vor- und Nachteile von Führungsstilen zu erkennen

■ den für Sie richtigen Führungsstil zu entwickeln

■ die Motivation Ihrer Mitarbeiter(innen) zu erhalten

■ sich selbst zu motivieren

■ mit Selbstvertrauen schwierige Mitarbeitergesprдche zu führen

■ mit Ihrer Zeit noch effizienter umzugehen

■ positiven Stress für Leistungen zu nutzen, Disstress zu vermeiden.

**Wer diesen Lehrgang besuchen sollte**

■ Junge Führungskräfte

■ Menschen, die demnächst Führungsaufgaben übernehmen werden

■ Menschen, die Teams leiten (werden)

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER: 2 Tage 9–17 Uhr**

**Offenes Seminar**

Zeit- und Selbstmanagement

**Bewusster mit sich und der eigenen Zeit umgehen**

**TRAINER: Mag. Harald Schwarz**

Den Umgang mit Leistung und Stress meistern. Für die persönliche Leistungserfahrung ist ein erfolgreiches Selbstmanagement der eigenen Ressoursen unverzichtbar.

In diesem Seminar lernen die Teilnehmer mit Anforderungen und Stress in Zeiten rascher Veränderungen umzugehen. Denn hohe Leistungsfähigkeit ist Motor und auch Notwendigkeit für den beruflichen Erfolg, vorausgesetzt, der entstehende Stress wird positiv erlebt.

**ZIELE UND INHALTE**

* Bewußtmachen des eigenen Arbeitsstils und der "Zeit- und Arbeitskultur" des eigenen Unternehmens
* Hindernisse lokalisieren, effizient und effektiv zu arbeiten.
* Ursachen von „Zeitfressern" aufspüren (eigener Arbeitsbereich, Schnittstellen im Unternehmen, externe Arbeitsbeziehungen)
* Zeitökonomie und Wertschöpfungsprozesse
* Zeitsparende Arbeitstechniken für Problemanalyse -, Entscheidungs- und Planungssituationen kennenlernen und üben
* Persönliche Ziel-, Aufgaben- und Zeitplanung
* Balance zwischen Energiespendern und –verzehrern finden
* Umgang mit Streß – Burn-out, Vorbeugung
* Konkrete Maßnahmen erarbeiten, um Arbeits- und Zeitprobleme besser zu bewältigen

**VORGEHENSWEISE**

Die konkreten Fragen und Themen der Teilnehmer stehen im Vordergrund. Um möglichst viele Vorhaben und Maßnahmen in die individuelle und firmenspezifische Arbeitssituation umsetzen zu können, werden für das Seminar 3 Phasen empfohlen:

1. Vorbereitungs- und Erhebungsarbeit (unterstützt durch Fragebogen) und wenn möglich ein Orientierungsgespräch in der Firma mit dem Auftraggeber und einer repräsentativen Auswahl an Personen aus der Zielgruppe
2. Seminar
3. Follow-Up (0,5-1 Tag in der Firma)

Dies hilft den Umsetzungserfolg zu erhöhen. Mit der Gruppe gemeinsam werden erste Umsetzungserlebnisse ausgetauscht und dort wo noch Schwierigkeiten gesehen werden "flankierende" Maßnahmen überlegt um den Erfolg zu erhöhen.

**ZIELGRUPPE**

###### Manager und Führungskräfte, die ihr aktuelles Zeitverhalten und ihren Arbeitsstil kritisch reflektieren wollen, um so ihre Zeit bewuuster nutzen zu können.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:, 9– 17 Uhr**

**Offenes Programm**

Motivation and Selbstmanagement

**TRAINER: Mag. Harald Schwarz**

**Motto:**

„Die eigene Befindlichkeit spiegelt sich im Team wieder - wir tun etwas für uns“

**ZIEL**

Durch Beweglichkeit (geistig und körperlich) und mentale Ausgeglichenheit zu mehr physischer und psychischer Ausgeglichenheit. Energie und Stärke für sich selbst und das Team.

**CONTENTS OF THE SEMINAR**

**Indoor:**

Welche Anforderungen stelle ich an mich selbst,

welche Anforderungen werden an mich gestellt. (Leistungsstreß, Perfektionismus, Druck, Überlastung, Verantwortung....)

Wie gehe ich damit um? Wie gehe ich mit mir selbst, mit meinem Körper um?

Wie motiviere ich mich selbst–meine Mitarbeiter?

Selbstwahrnehmung als Führungskraft

Einzel- Gruppen- Verantwortung

Das „Gewohnheits-Vakuum“ vermeiden

Zusammenhalt, Halt – Rückhalt

Mehr Zeit für das Wesentliche

**Outdoor:**

Energiereserven tanken

körperliche und mentale Entspannungs-techniken

Wie gehe ich mit Streß um?

Entspannung durch geistige Kreativität

Wie kann ich Mitarbeiter motivieren?

Wie führe ich?

Wie bewältige ich Hindernisse?

**TARGET GROUP**

Führungskräfte: Leader oder Manager,

Leiter von Arbeits – und Projektgruppen,

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:, 9 – 17 Uhr**

**Offenes Programm**

Von der Vision zu Aktionen

**Die Zukunft hat bereits begonnen - und wir sind darauf vorbereitet**

**TRAINER: Prof. Dr. Martin Stieger**

In einem erfolgreichen Unternehmen stimmen die Handlungen und Ergebnisse der einzelnen Mitarbeiter mit den Zielen und Strategien der Organisation überein.

**Voraussetzung dafür ist die gemeinsame Vision**. Visionen und Ideen werden mit Werten gefüllt, dann ist die gemeinsame Zielsetzung realistisch und erfolgreich.

Dieser Prozess sichert der Organisation zielorientierte und motivierte Mitarbeiter, fördert die Qualität und Effizienz und garantiert damit einen langfristigen Erfolg.

**ZIELE**

* Wir gestalten aktiv unsere Zukunft
* Wir finden neue Märkte, Kunden, und die dazu passenden Produkte
* Wir entwickeln uns weiter: die eigenen Fähigkeiten und Werte
* Umsetzung der gemeinsamen Vision
* Neue Motivation und Kreativität des Einzelnen
* Gesteigerte Teamfähigkeit

###### INHALTE

**Vision:**

1. Welche Fähigkeiten und Stärken machen unsere Organisation aus?
2. Erstellung der Szenarien (optimistisch & pessimistisch)
3. Die Gruppe relativiert die Extreme zu einem realistischen Bild der Zukunft
4. Verdichtung der Einflussfaktoren
5. Welche Faktoren beeinflussen die Zukunft unseres Außenorganisation sehr stark, welche weniger?

**Motivation:**

* Wer oder was motiviert mich?
* Wie motiviere ich wen?
* Was verstehe ich unter Motivation?
* Mehr Zeit fürs Wesentliche ? Zeit ? Was ist Wesentlich?
* Konflikte - Zielkonflikte
* Persönliche Ziele - Maßnahmen - Zeitschiene

**Team**

1. Als Team stärker als der Einzelkämpfer
2. Miteinander statt gegeneinander
3. Die gemeinsamen Kräfte konzentrieren - zu höherer Produktivität
4. Mehr Engagement und Eigeninitiative
5. Mitarbeiter für Ideen gewinnen
6. Durch Problemlösungstechniken - interne Konflikte weitgehend vermeiden.

**Aktion**:

1. Erstellung des Aktionskataloges
2. Umsetzung und Einsatz (Wer, was, wie, wann, wo?)

###### METHODIK

In der bewährten Lernmethode der Trainingsgruppe werden ,die regelmäßig ablaufenden Prozesse menschlicher Verhaltensweisen aufgezeigt und analysiert. Gruppenarbeit, Praxisbeispiele, konkrete Unternehmenssituationen, Erfahrungsaustausch, Umsetzung in der Praxis, Übungen und Spiele**. Indoor & Outdoor - Elemente**

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER: 2 Tage, 9 – 17 Uhr**

**Offenes Programm**

Emotionalle Intelligenz

***„Imagination is more important than knowledge“***

**Albert Einstein**

**TRAINER: Dr. Alexander Schlick**

Ihr zweiter Schlüssel – neben Wissen – zum Erfolg

* Eigene Emotionen besser wahrnehmen und lenken
* Emotionen anderer besser deuten und handhaben
* Die produktive Kombination von Verstand (ratio) und Gefühl (emotio) als Garant für Ihren Erfolg nutzen

„Was nützt ein hoher IQ, wenn man ein emotionaler Trottel ist?“ Diese provokante Frage stellte Daniel Goleman, der Autor des Bestsellers „Emotionale Intelligenz“, bei einer Konferenz in Washington, D.C. 1997. Daniel Goleman hat mit seinem Bestseller ein Defizit unserer Gesellschaft getroffen: wir fühlen und empfinden immer weniger. Trotz materiellen Wohlstandes leben wir in emotionaler Armut. Wir werden mehr und mehr zu einem „Organisations-Menschen“, zu einem „Ding“, und laufen Gefahr, das Wesen unseres Menschseins - dass wir lebendig sind! - zu verlieren. Mit dem Siegeszug der Naturwissenschaften hat sich die rationale Intelligenz, haben sich die kognitiven Fähigkeiten des Menschen überproportional entwickelt. Gleichzeitig erleben wir einen Niedergang zwischenmenschlicher Beziehungen. Aber noch immer sind Gefühle der Motor für unser Handeln!

**ZIELE UND INHALTE**

**Eigene Emotionen besser wahrnehmen und verarbeiten**

\_ Was ist emotionale Intelligenz?

\_ Warum sind emotionale Intelligenz und Vernunft für den beruflichen Erfolg so wichtig?

\_ Management der Emotionen (Selbstbeherrschung)

\_ Eigene Emotionen wahrnehmen, bewerten und lenken

\_ Wie kann ich mich selbst motivieren

\_ Wie Sie in Stresssituationen handlungsfähig bleiben

\_ Ärger und Wut konstruktiv bewältigen

\_ „Erleben“ Sie Ihren emotionalen Quotienten

**Menschen für sich gewinnen**

\_ Emotionen anderer erkennen und verstehen

\_ Umgang mit Sympathie und Antipathie

\_ Mitarbeiterführung: Wann spielt emotionale Intelligenz eine Rolle?

\_ Einflussreich und machtvoll agieren ohne autoritäres Gehabe

\_ Den Menschen statt den Kampf gewinnen

**Die Leistungslust Ihrer Mitarbeiter fördern**

\_ Emotionen anderer erkennen und verstehen

\_ Umgang mit Sympathie und Antipathie

\_ Der Erfolg der Optimisten

\_ WIN to WIN als Ziel

**Teams zum Erfolg führen**

\_ Vertrauenskultur als Basis produktiver Teamarbeit

\_ Nutzen Sie den emotionalen Quotienten aller Teammitglieder

**ZIELGRUPPE**

Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, Teamleiter/innen, Gruppenleiter/innen, und Projektmanager/innen.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:, 9 – 17 Uhr**

**Offenes Programm**

Modernes Marketing

**Customer Relationship Management -   
Erfolgsfaktor Kundenbeziehung**

**„Modernes CRM”**

**TRAINER: Mag. Harald Schwarz**

Härtere Wettbewerbsbedingungen und zunehmender Kostendruck erfordern ein Umdenken in Marketing und Vertrieb. Nur durch moderne Managementwerkzeuge zur Steuerung und Kontrolle von Vertrieb und Absatz sowie eine verstärkte Kundenorientierung auf allen Ebenen gelingt es, Wettbewerbsvorteile zu erzielen und die eigene Marktposition zu sichern. Dieses Seminar vermittelt Ihnen praktisches und kompaktes Wissen und Erfahrungen, um mit Kundenorientierung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Ihren Unternehmenserfolg sicherzustellen.

**ZIELE UND INHALTE**

In diesem Seminar lernen Sie dazu spezifische Methoden des CRM für Ihre tägliche Praxis kennen - mit kompakten Theorieeinheiten, themenbezogenen Gruppen- und Fallarbeiten, sowie Anregungen zu reichem Erfahrungsaustausch. Es werden auch die Möglichkeiten der Neuen Medien (Email und Internet) als mögliche Instrumente für Ihre Praxis miteingebunden.

**Lernziele:**

* Klarheit über die „Basics“ für professionelles und erfolgreiches CRM
* Kennenlernen der wesentlichen Methoden für das strategische und operative CRM
* Erkennen der Bedeutung von Kundenorientierung für Ihre berufliche Praxis
* Erkennen von Potentialen durch professionelles Kundenbeziehungsmanagement
* Einbinden von Internet und Email für die erfolgreiche und gleichzeitig kostengünstige Kundenbetreuung

**Neben dem Basiswissen über CRM werden folgende Themenbereiche behandelt:**

* Kundenzufriedenheit und Loyalität
* Messung der Kundenzufriedenheit
* Kundenbindungsmanagement
* Instrumente der Kundenbindung
* Kundenbewertung
* Kundensegmentierung im CRM
* kostengünstige Kundenbetreuung mittels Internet und E-Mail

###### METHODE

Neben dem Vortrag werden konkrete Fallbeispiele in Gruppenarbeiten bearbeitet.

**ZIELGRUPPE**

Geschäftsführer sowie Führungskräfte aus Marketing/Vertrieb, Service und CRM, Key Account Manager, Produktmanager, Geschäftsfeldleiter, Leiter von Profit Centern.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)** 
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DURATION:, 9 AM–5 PM**

**Open Programme**

Tactical Negotiating & Dealmaking

**Creating and implementing deals that last**

The Negotiating Program will increase your confidence and effectiveness in negotiating. We combine ethical standards with effective techniques to achieve a successful result based on the “win-win” principle.

The Program is based on the theories developed by the Harvard Law School Project on Negotiation, Herriot Watt University, Edinburgh & The Wharton Business School at Stanford University. It is designed for professionals involved in deal making and customer relations.

The participants will be given an in-depth understanding of the negotiation process and will be given opportunities to practice through simulations, exercises, and case studies.

**OBJECTIVES AND CONTENTS**

* Myers Briggs Type Indicator (MBTI) profiles
* Interpersonal communication
* The Negotiation Process
* Negotiation Analysis Model
* Types of negotiators & negotiation styles
* Understanding your counterpart
* Preparing and developing strategy
* Gathering information & questioning techniques
* Making & responding to proposals
* Bargaining concessions and trading
* Closing & implementation
* Conflict resolution
* Dealing with difficult people & deadlock
* Negotiating for sales people and buyers
* Understanding body language
* Dealing cross culture & cross border
* Tips & Tricks for effective deal making

**TRAINING METHOD**

The training method consists of short lectures with emphasis on “learning by doing”. The course uses Harvard University case studies where groups will plan and conduct negotiations. This is followed by detailed feedback. There is an emphasis on interpersonal communication skills.

TARGET GROUP

* People who engage in external business negotiations.
* People who negotiate with internal departments.

* **Programme Language - English**
* **Each participant will receive handouts and CD information** 
  + **The programme can be conducted as *In House Training* for a particular company, in which case it will take into account the specific activity of the company. The training will be custom tailored to the specific needs of the client, stressing issues and topics from the content that relates to a particular interest.**
  + ***In House Training* meets the time preferences of the company.**
  + **The fee for *In House Training* is negotiable.**

**DURATION: 2 days, 9 AM–5 PM**

**Open Programme**

Public Relations Management

Reputation and image take years to build and one minute to destroy.

Effective Public Relations is becoming more and more important in this globalised, web based world where a story breaks and is across the globe sometimes before the company is made aware. The need for an Integrated Communications Structure is being recognised by more companies and effective crisis management is a must. How to go about your Corporate Social Responsibilities (CSR) and how to realise the full benefits of such a programme is also a major issue for most companies.

This course is designed for new and experienced PR practitioners and gets to the core issues of modern PR. Using a mix of short lectures, case studies, exercises and discussions the course takes the participants through the PR jungle. The philosophy of the programme is learning by doing and through the mistakes of others.

The PR industry is booming in Bulgaria and this course is a must for anybody involved in this ever expanding sector.

**PROGRAMME CONTENTS**

* Public Relations Basics
* Dealing with the media
* Corporate Social Responsibility
* Crisis Management
* PR Plan & Strategy
* Brand Equity
* Building an image
* Reputation Management
* Measuring PR success
* Integrated communications
* Effective communication
* Persuasive Presentations
* Networking
* Internal PR
* PR Ethics
* PR successes & disasters
* Trends & Developments (useful services)
* Working with PR agencies
* **Programme Language - English**
* **Each participant will receive handouts and CD information** 
  + **The programme can be conducted as *In House Training* for a particular company, in which case it will take into account the specific activity of the company. The training will be custom tailored to the specific needs of the client, stressing issues and topics from the content that relates to a particular interest.**
  + ***In House Training* meets the time preferences of the company.**
  + **The fee for *In House Training* is negotiable.**

Persuasive Business Presentations

High impact, professional and persuasive presentations for business presenters,   
in today’s global business world, presentations are an integral part of the decision-making process. This training will help you to communicate information, make proposals and gain approval for your ideas. You will learn how to make clear concise and logical presentations that are more convincing, more confident and make a greater impact.

This training is perfect for all professional presenters who wish to get their message across clearly, concisely and with confidence. Each participant will gain more confidence creating, structuring and delivering highly persuasive and professional presentations.

**PROGRAMME CONTENTS**

* Understanding your audience. You can’t please all the people all the time BUT you can please all the people some of the time.
* Understanding structure. The Persuasion Plan and the Four Step Structure.
* Rhetoric skills. Tips and Tricks for the effective use of language. Use your voice powerfully.
* Effective Body Language. Dos & Don’ts of non verbal communication
* Using Multimedia.
* Build winning slides with PowerPoint or Keynote.
* Presenting in Teams.
* Video feedback. Learn by doing
* **Programme Language - English**
* **Each participant receives handouts and CD information** 
  + **The programme can be conducted as *In House Training* for a particular company, in which case it will be taken into account the specific activity of such company. The Training is been custom tailored to the specific needs of the client, stressing issues and topics from the content that represent a particular interest.**
  + **The *In House Training* corresponds with the time conveniences of each company.**
  + **The fee for the *In House Training* is negotiable.**

**DAUER: 2 Tage 9 – 17 Uhr**

**Offenes Programm**

## „Konflikte meistern – perfekt Kommunizieren“

## 

**TRAINER: Dr. Alexander Schlick**

## Konflikte begleiten unser Leben wie die Luft die uns umgibt. Konflikte sind Gegensätze. Diese Gegensätze haben zerstörerische Kraft, können aber auch positiv genutzt werden. Ziel dieses Workshop ist es, Methoden kennenzulernen, um Konflikte zu einer Win-Win-Beziehung zu verwandeln. Störungsfreie Kommunikation ist dafür das wichtigste Instrument. Da wir einen grossteil der Kommunikation über nicht verbale Signale aufnehmen, wird der Schwerpunkt bei eben diesen Signalen liegen und wie man sie bewusst einsetzen kann.

**ZIEL**

Mit Konflikten in Zukunft besser umzugehen!

Störungsfrei zu kommunizieren und dadurch effizienter zu arbeiten!

###### INHALT

* Was sind Konflikte?
* Eingefahrene Reaktionsmuster und wie man sie verändert
* „Wehret den Anfängen“ – Konflikte im Vorfeld erkennen und frühzeitig reagieren
* Wie erhalte ich die Gesprächsbasis
* Wie komme ich zu einer win-win-Lösung?
* Was will mein Konfliktpartner?
* Welcher Konflikttyp bin ich?
* Verärgerte Gesprächspartner gewinnen
* Die Botschaft anbringen.
* Kommunikationstypologie nach R. Mucchielli
* Gesprächsstile und ihre Wirkung

###### METHODE

Impulsreferate, Fragebögen, Rollenspiele, Simulation, Gruppenarbeiten und Einzelarbeiten, Diskussion.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DURATION:, 9 AM–5 PM**

**Open Programme**

Effective Selling Methods

**PROGRAMME CONTENTS**

* Sales – Theory, Methods and Processes
* The Changing Face of Selling - Traditional (typified by 1960's-80's and amazingly still found today), Modern (essential today to sustain success in business-to-business and consumer markets)
* „AIDA” (Attention, Interest, Desire, Action) and the Hierarchy of Effects
* The Seven Steps of the Sale – PLANNING, INTRODUCTION or OPENING, QUESTIONING, PRESENTATION, OVERCOMING OBJECTIONS/NEGOTIATING, CLOSE or CLOSING, AFTER-SALES FOLLOW-UP
* The Ten Steps of Strategic Selling
* research and plan - market sector, prospect, and decide initial approach
* make the appointment
* attend appointment to build rapport and credibility, gather information about business needs, aims and process, and develop/agree a project/product/service specification
* agree survey/audit proposal (normally applicable)
* carry out survey/audit (normally applicable)
* write product/service proposal
* present proposal
* negotiate/refine/adapt/conclude agreement
* oversee fulfilment/completion
* feedback/review/maintain ongoing relationship
* The Product Offer – „FAB’s”, „USP’s”, „UPB’s”
* Collaboration, Facilitation and Partnership Selling
* Tips for Gaining Experience
* **Programme Language - English**
* **Each participant receives handouts and CD information** 
  + **The programme can be conducted as *In House Training* for a particular company, in which case it will be taken into account the specific activity of such company. The Training is been custom tailored to the specific needs of the client, stressing issues and topics from the content that represent a particular interest.**
  + **The *In House Training* corresponds with the time conveniences of each company.**
  + **The fee for the *In House Training* is negotiable.**

**DAUER: 2 Tage 9–17 Uhr**

**Offenes Seminar**

Finanzmanagement fuer Nichtspezialisten

**Was Führungskräfte vom Finanz- und Rechnungswesen wissen sollten**

Cashflow, ROI, Shareholder-Value – Begriffe, mit denen Sie als Führungskraft täglich konfrontiert werden. Controller, Finanzmanager und Steuerberater sprechen ihre eigene Sprache. Lernen Sie, das Wesentliche zu verstehen und die richtigen Fragen zu stellen.

**ZIELE UND INHALTE**

Der nächsten Begegnung mit Ihrem Controller, Banker oder Buchhalter werden Sie gelassen entgegensehen, denn Sie wissen, was diese von Ihnen erwarten. Sie bauen konstruktive Beziehungen auf und selektieren die für Ihren Bereich wichtigen Führungsinformationen. Dadurch fördern Sie nicht nur Ihre finanzielle Planungs- und Entscheidungskompetenz, sondern auch Ihre Karriere.

* Das finanzwirtschaftliche System
* Struktur des Finanz- und Rechnungswesens
* Der Unterschied zwischen Finanzbuchhaltung, Kostenrechnung und finanziellem Rechnungswesen (Treasury)
* Buchhaltung und Rechnungslegung
* Zielsetzung der Rechnungslegung
* Aufbau der Bilanz und GuV
* Abschluss und Bewertungsspielräume
* Rechnungslegung nach US-GAAP International Accounting Standards
* Betriebliches Rechnungswesen
* Zielsetzung des internen Rechnungswesens
* Kostentreiber und verursachungsgerechte Kostenverteilung
* Deckungsbeitragsrechnung
* Vom Berufsbild des Controllers
* Finanzielles Rechnungswesen
* Das Unternehmen als „money machine“
* Bilanzanalyse und Kennzahlen
* Finanzierung und Börse
* Basel II

###### METHODE

Vortrag, Konkrete Fallbeispiele werden in Gruppenarbeiten bearbeitet.

**ZIELGRUPPE**

Führungskräfte, die durch ihre Stellung im Unternehmen immer mehr mit der Welt des Finanzmanagements konfrontiert werden und ihr Wissen praxisnah erweitern möchten.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**
* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**

**DAUER:, 9 – 16 Uhr**

**Offenes Seminar**

Controlling in der Praxis für Führungskräfte

**TRAINER: Mag. Helmut Prenner**

**ZIELE UND INHALTE**

Anhand von konkreten Fallbeispielen und case studies die besprochenen Themen in der Praxis umsetzen können.   
Grundlegendes Verständnis für Controlling bekommen.

* **Kostenanalyse und Kalkulation**
* Fallbeispiel Einführung einer Kostenstellenrechnung im Produktionsbetrieb
* Fallbeispiel Einführung einer Kostenstellenrechnung im Handelsbetrieb
* Fallbeispiel Einführung einer Prozesskostenrechnung in einem Dienstleistungsbetrieb
* Workshop Einführung der Prozesskostenrechnung in einer vorgegebenen case study.
* **Führen mit Kennzahlen**
* Fallbeispiel für die wichtigsten Kennzahlen zur Unternehmensanalyse
* Kennzahlen als Basis für Mitarbeiterbewertung
* Workshop Benchmarking
* **Budgetierung im Unternehmen**
* Budgetierungstechniken
* Fehler im Budgetierung
* **Aufbau eines Berichtswesen für die Führungskräfte**
* Anforderungen an das Berichtswesen
* Welche Berichte für welche Abteilungen
* Konkrete Beispiele für effizientes Berichtswesen
* **Strategieentwicklung für das Unternehmen**
* Vision als Basis der Strategie
* Worskhop: SWOT Analyse als Grundlage der Strategieentwicklung
* Fallbeispiel: Balanced Score als Instrument der Strategieumsetzung

###### METHODE

Vortrag, Konkrete Fallbeispiele werden in Gruppenarbeiten bearbeitet.

**ZIELGRUPPE**

Führungskräfte und Controller aus mittleren und größeren Unternehmenл

* **Bereit gestellter Dolmetscher**

**Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen**

* **Seminarbeitrag für ein *Offenes Seminar*: Euro (ohne Mehrwertsteuer)**
  + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

**DAUER:, 9–16 Uhr**

**Offenes Seminar**

Controlling und Finanzmanagement für Spezialisten

**TRAINER: Mag. Helmut Prenner**

Es werden drei modernen Controlling und Finanzmanagementmethoden vorgestellt und anhand von Fallbeispielen dargestellt. Mittels Gruppenarbeiten wird dem Teilnehmer das konkrete Üben des Gehörten ermöglicht.

**ZIELE UND INHALTE**

* **Einsatz von Prozesskostenrechnung**
* Was ist Prozesskostenrechnung ?
* Unterschied klassische Kostenrechnung und Prozesskostenrechung
* Konkrete Beispiele von Prozesskostenrechnung
* Projektablauf für die Einführung einer Prozesskostenrechnung
* **Moderner Einsatz von Bugdetierungsprozessen**
* Gestaltung des Budgetierungsprozesses, Systembausteine und Instrumente
* Budgetierung und Balanced Scorecard
* Innovative Ansätze der Budgetierung
* Wie funktioniert Beyond Budgeting im Detail?
* Einführung von Beyond Budgeting – Einführungsstrategien und Fallbeispiele
* Fallbeispiel Budgetierung
  + **Risk Controlling als Managementinstrument**
* Grundlagen des Riskcontrollings
* Gesetzliche Rahmenbedingungen des Riskcontrollings in der Europäischen Union
* Elementes eines Riskcontrollingsystems
* Projektablauf der Einführung eines Risk Controlling Systems

###### METHODE

Vortrag, Konkrete Fallbeispiele werden in Gruppenarbeiten bearbeitet.

**ZIELGRUPPE**

Controller/innen aus mittleren und größeren Unternehmen. Da es sich um eine Spezialisten Seminar handelt wird Controlling Grundlagen know how vorausgesetzt.

* **Bereit gestellter Dolmetscher**
* **Jeder Teilnehmer erhält zusätzliche Unterlagen und**

**die Information auf CD**

* + **Das Programm kann auch als *In House Training* für das Unternehmen organisiert werden, das die Spezifik der Tätigkeit des Unternehmens in Betracht nimmt und je nachdem das Programm vorbeitet wird.**
  + **Der Seminarbeitrag für ein *In House Training* ist eine Frage der Vereinbarung**

# EUROPEAN

# MANAGEMENT

# CENTRE

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT MEMBER

Member of the International Vocational and Training Association

IN HOUSE TRAINING

****

**Keep your house**

UNSER BERATUNGS- und TRAININGSVERSTÄNDNIS

Wir begleiten und unterstützen Lern- und Entwicklungsprozesse von

* Personen,
* Teams, Bereichen und
* Organisationen.

Wobei uns wichtig ist, dass Konzepte und Lösungen gemeinsam mit dem Kunden entwickelt werden. So können:

* die aktuellen Lernbedürfnisse berücksichtigt werden
* die Einbettung in das Personalentwicklungskonzept und
* die Unternehmensstrategie gesichert sein.

Bei diesen gemeinsamen Schritten werden:

* Lernbedürfnisse der Führungskräfte und Mitarbeiter erhoben
* Entwicklungs- bzw. Veränderungsziele analysiert und vereinbart
* die Zielgruppen bestimmt
* Struktur- und Zeitpläne entwickelt und
* Durchführungsschritte und Umsetzungen evaluiert.

Um die Verantwortlichkeit – speziell des oberen Management – für die notwendige Personalentwicklung zu steigern, ist es oft günstig, eine Steuerungsgruppe zu bilden.

Sie sollte die PE- und Trainingsexperten, eine repräsentative Gruppe aus dem Top-Management der Kundernorganisation und Partner aus dem EMC umfassen.

Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Lern- und Entwicklungsschritte teilnehmergerechter, organisationsadäqater und nachhaltiger werden.

Darüber hinaus kann neben individuellem Lernen auch Organisationslernen unterstützt werden.

DER ABLAUF

**Initiative und Projektbeschreibung:**

Wo stehen wir?

Was wollen wir erreichen?

Was soll nachher anders sein?

(Wer soll wie anders denken, fühlen, handeln?)

**Definition der Zielgruppen**

**und Lernziele**

**Z w i s c h e n e v a l u a t i o n**

**Konzept, Design und**

**Zeit-/Mengengerüst**

**Pilotprojekt**

(eventuell)

**Durchführung**

**Evaluation der Umsetzung und der Nachhaltigkeit**

LERN- / TRAININGSANSATZ und METHODEN

Um eine hohe Lern- und Umsetzungsqualität zu sichern, steht die reale Praxis der Teilnehmer im Vordergrund.

Ihre Arbeits- und Führungssituation, ihre Fragen, ihre Themen und Probleme bestimmen den Seminarablauf.

Daher:

* gestalten Trainer und Teilnehmer Lernfelder und

–bedingungen im vereinbarten Rahmen gemeinsam

* werden Managementtheorien und – Denkmodelle mit den Erfahrungen und Möglichkeiten der Teilnehmer verglichen und diskutiert und die Umsetzungsschritte vereinbart
* Hilfen zu Eigenanalysen, durch die persönliche Stärken und Entwicklungsfelder festgestellt werden
* basiert die Arbeitsmethode auf erfahrungsorientiertem Lernen nach dem Modell „Erleben - Reflektieren – theoretisch Fundieren“
* wird der Vernetzung und dem voneinander Lernen der Teilnehmer beim Seminar und danach, besonders viel Raum gegeben
* werden die Teilnehmer bei den meisten Trainings eingeladen, sich mittels spezieller Checklists - „mental“ auf diese einzustimmen.
* Vereinbarung von Vertraulichkeit.

Grundsätzlich sind mehrstufige Trainings mit kürzeren Abschnitten wirkungsvoller.

Z.B. Trainingsschritt und danach Follow-up. Wo dies nicht möglich ist, installieren wir die erwähnten Umsetzungshilfen in Form von Lernpartnerschaften, Erfahrungskereisen, etc.

PROBLEME, DIE IN DEN FIRMEN OFT

ZU BEGEGNEN SIND

Ausgangssitation

Zuerst werden Orientierungsgespräche zwischen dem Kunden und Vertretern von EMC geführt. Das sollte die Basis für ein Angebotseitens EMC sein. Es ist als erste Grobfassung zu verstehen.

Die genauen Konzeptionen und Designs sind noch, wo nötig, zu entwickeln. Dies wird von Experten des Kunden, Managern, aus deren Führungsbereich die jeweiligen Teilnehmer kommen werden, und dem EMC erarbeitet. Der Vorstand wird, wo noch keine Beauftragung vorliegt, entscheiden.

Selbstorganisation und Zeitmanagement

- bewusster mit sich und der eigenen Zeit umgehen

**ZIELE UND INHALTE**

* Bewusstmachen des eigenen Arbeitsstils und der "Zeit- und Arbeitskultur" des eigenen Unternehmens
* Hindernisse lokalisieren, effizient und effektiv zu arbeiten.
* Ursachen von „Zeitfressern" aufspüren (eigener Arbeitsbereich, Schnittstellen im Unternehmen, externe Arbeitsbeziehungen)
* Konkrete Maßnahmen erarbeiten, um Arbeits- und Zeitprobleme besser zu bewältigen
* Persönliche Ziel-, Aufgaben- und Zeitplanung

**VORGEHENSWEISE**

Um möglichst viele Vorhaben und Maßnahmen für die individuelle und die firmenspezifische Arbeitssituation umsetzen zu können, wird für das Seminar ein Vor- und ein Nachbereitungsschritt empfohlen – somit 3 Phasen:

1. Vorbereitungs- und Erhebungsarbeit (unterstützt durch Fragebogen)
2. Seminar und Bildung von Lernpartnerschaften zur Umsetzungsunterstützung

(1 Abend + 1 Tag)

1. Follow-up nach 8 – 12 Wochen (0,5–1 Tag in der Firma)

Dies hilft den Umsetzungserfolg zu erhöhen. Mit den Lernpartnergruppen werden die Umsetzungserlebnisse diskutiert; Erfolge “gefeiert“ und dort wo noch Schwierigkeiten gesehen werden “flankierende” Maßnehmen überlegt und die nächsten Schritte vereinbart.

Umgang mit schwierigen Kunden

Mitarbeiter im Schalterbereich haben es manchmal auch mit verärgerten Kunden zu tun. Das Training soll sie unterstützen, schwierige Gesprächssituationen zu meistern. Die Kunden sollten durch die Gesprächshaltung und –führung des Mitarbeiters erleben, ernst genommene Partner zu sein und nicht als Bittsteller behandelt zu werden.

**MÖGLICHE INHALTE**

* Persönliche Voraussetzungen, eigene Apathie- und Aggressionsgrenzen, gewahr sein, mit welchen „Persönlichkeitstypen“ man leichter bzw. schwerer umgehen kann
* Umgang mit Emotionen, insbesondere mit aggressiven Verhaltensweisen
* Vorgehensweisen zur Deeskalation
* Pro aktive Gesprächführung mit dem Kunden
* Beschwerdemanagement und Einwandbehandlung
* Gesprächsführung durch Fragen
* Analyse der Körpersprache

**ZUR METHODE:** Neben kurzen Imputs über Theorien und Konzepte liegt der Schwerpunkt auf realitätsbezogenen Gesprächsübungen (Rollenspiele, eventuell mit Videoanalysen). Gegen Ende des Seminars werden Zweier- bzw. Dreiergruppen vorbereitet, sich in der Praxis nach gegenseitiger Beobachtung kollegiales Feedback zu geben. So ist es leichter Verhaltenslernen in die eigene Praxis zu übertragen.

**MÖGLICHE DAUER:** 3 Tage

Führung, Kooperieren “auf Distanz”

Hier wird noch der Lernbedarf vor Ort erhoben. Die Situation und Gegebenheiten „verstreuter Gruppen“ bietet immer eine besondere Herausforderung an die jeweiligen Führungskräfte und Mitarbeiter.

Wir schlagen deshalb vor, gemeinsam mit den internen PE-Experten und einer repräsentativen Auswahl Betroffener und Beteiligter die Erwartungen zu spezifizieren.

Bei diesem Treffen/Situationsanalyse sollten diese und weitere Fragen behandelt werden:

* Was sollte anders sein? Warum sollte es anders sein?
* Welche Vorteile bringt die Situation wie sie ist, für wen?
* Wer leidet mehr, wer weniger unter der Situation?
* Was sollte nach der (noch zu findenden) Intervention anders, besser, weniger, mehr geschehen?
* Woran kann wer feststellen, dass die Intervention was gebracht hat?
* Was passiert wenn nichts passiert?
* Etc.

**ZU ERWARTENDES ERGEBNIS**

Klarheit über die nächsten Schritte (Qualifizierungsschritte oder Coaching/Supervision für die Arbeitsgruppenleiter oder…) und Zeit- und Mengengerüst.

**MÖGLICHE DAUER:** 2 x 0,5 Tage

BEISPIELE VON EMC **“IN HOUSE“ SEMINAREN**

*Die nachfolgenden Seminarbeschreibungen sollen einen ersten Einblick über das Leistungsfeld „In House“ Trainings von EMC bieten. In der gemeinsamen Analyse- und Konzeptionarbeit können Ziele, Inhalte und Methoden mit den Erfordernissen der Kundenorganisation abgestimmt werden.*

Im Bereich Führung und Management:

Einstiegsseminar für das obere Management

Das Seminar deckt drei wichtige Kompetenzbereiche des Managements ab und schließt eine persönliche Maßnahmenplanung und Umsetzungssicherung ein.

#### Aufgaben und Rollen erfolgreicher Führungskräfte

* Die unterschiedlichen Rollen und Aufgaben in der Managementposition  
  (eigene Stärken und Entwicklungsnotwendigkeiten, persönliche Interessen und Notwendigkeiten aus der Situation des Unternehmens)
* Reflexion der persönlichen Wirkung
* Unterschiedliche Verständnisse und Wahrnehmungen der Organisation und ihrer Umwelten – die möglichen Konsequenzen daraus
* Wahrnehmung und Kommunikation

#### Ergebnisorientierte Mitarbeiter- und Teamführung

* ganzheitliches Verständnis von Führung entwickeln
* Theorien und Modelle kennenlernen und mit dem eigenen „Repertoire“ vergleichen
* Motivation und Leistung; Mitarbeiter- und Teamentwicklung
* Sensibilität für Gruppenprozesse weiterentwickeln
* Eigenes Führungsverständnis überprüfen und die wahrscheinlichen Konsequenzen unterschiedlicher Führungsstile erkennen
* Führungsstile und Delegation

#### Strategisches Management und Führen im strategischen Wandel

#### Sicherung und Ausbau strategischer Ressourcen

* Voraussetzungen erfolgreicher Strategienarbeit
* Struktur und Ablauf strategischer Planung
* Phasen im Veränderungsprozess
* Das „Einfluss-Portfolio“ in der Organisation und der eigene Erfolg
* Führen in Veränderungsprozessen und Fördern von Veränderungsbereitschaft und Lernfähigkeit im eigenen Gestaltungsbereich

**Persönliche Maßnahmen- und Umsetzungsplanung. Kontakte in Form von „peer Group Treffen“ untereinander (Lernpartnerschaften) die nach dem Seminar weiterwirken werden.**

**MÖGLICHE DAUER:** 3 Tage

Einstiegsseminar für Führungskräfte

im mittleren Management

Für diese Zielgruppe hat sich ein mehrphasiges Vorgehen als sehr erfolgreich vorausgestellt.

Wobei es vorteilhaft ist, wenn mit den Teilnehmern an diesem Seminar durch die jeweiligen Vorgesetzten ein Entsendungsgespräch geführt wird. Dabei werden die Entwicklungserfordernisse und Lernziele vereinbart und nach Abschluss ihre Erreichung und die Umsetzungserfolge bewertet. Dies erzeugt erfahrungsgemäß “mehr Bodenhaftung” für das Gelernte.

Wo notwendig werden die Vorgesetzten auf ihre Rolle als Coach durch ein Kurztraining vorbereitet.

**MÖGLICHE INHALTE**

Um ein praxisorientiertes Lernen und vor allem die Umsetzung in die eigene Praxis zu erleichtern, besteht dieses Programm aus vier Abschnitten.

### I. Modul 1: Führen im mittleren Management (3 Tage)

* Eigenanalyse: Bestandsaufnahme der eigenen Managementpotentiale (analysieren der Stärken und der Entwicklungsfelder)
* Die Rolle als Zwischenvorgesetzter (Anforderungen, Chancen und mit Widersprüchen umgehen können)
* Eigenes Führungsverständnis überprüfen und die wahrscheinlichen Konsequenzen unterschiedlicher Führungsstile erkennen
* Führungsinstrumente, Situatives Führen und Entscheiden
* Teams entwickeln und führen
* Kommunikationsfähigkeit in Führungssituationen erkennen, ausbauen
* Motivationprinzipien und –theorien und die eigene Praxis
* Persönliche Maßnahmen- und Umsetzungsplanung

## II. Praxisphase (4-8 Wochen)

## „on the job“ anwenden, Kontakte der Lernpartner

* Feedback-Gespräche mit den Vorgesetzten

**III. Modul 2: Vertiefung der Führungsthemen, Kommunikation und Konflikt**

**(3 Tage)**

* Umsetzungen überprüfen, flankierende Schritte zur "Nachbesserung"
* eigene Stärken und Entwicklungsnotwendigkeiten in der Mitarbeiter- und Teamführung erkennen
* Führen in Veränderungen und Fördern von Veränderungsbereitschaft
* Sensibilität für Gruppenprozesse weiterentwickeln
* eigene Stärken und den Entwicklungsbedarf für „kommunikative Situationen“ erkennen
* Umgang mit Konflikten
* Prinzipien des strategischen Management und Veränderungsmanagement

## IV. Praxisphase (4-8 Wochen)

* Eveluierungsgepräch mit den Vorgesetzten
* Umsetzungshilfen (Vorgesetzte, Lernpartnerschaften)

Beispiele weiterführende Seminare:

Strategisches Management und

Veränderungen führen

Durch eine "strategische" Unternehmenskultur wird einerseits die Reaktionszeit des Unternehmens auf innere und äußere Anforderungen verkürzt und andererseits können Marktchancen besser wahrgenommen werden.

Das Seminar beschäftigt sich mit folgenden Fragen:

* Was ist eine wirkungsvolle Strategie?
* Welche Verfahren, Instrumente und Prozesse helfen bei der Entwicklung und Umsetzung der Strategien?
* Wie sind notwendige Veränderungen zu initiieren und zu "führen"?

**MÖGLICHE DAUER:** 3 Tage

Mitarbeitergespräche

erfolgreich einführen und umsetzen

Jahres- bzw. Zielvereinbarungsgespräche sind wichtige Instrumente zur Motivation der Mitarbeiter, deren Entwicklung und Erhöhung ihrer Leistung.

In den meisten erfolgreichen und modernen Unternehmen hat sich der Ansatz "Führen durch Ziele" bereits durchgesetzt.

Das Seminar beschäftigt sich mit folgenden Fragen:

* Was ist ein Mitarbeitergespräch?
* Struktur und Inhalte von Mitarbeitergesprächen
* Der Implementierungsprozess
* Gesprächführung

**MÖGLICHE DAUER:** 3 – 4 Tage (inkl. Gesprächführung ideal 4 Tage)

Projektmanagement

Die wachsende Komplexität von Aufgaben, in sich sprunghaft ändernden Umfeldern übersteigt die Problemlösungs- und Entscheidungskapazität hierarchischer Organisationen immer häufiger. Projektmanagement kann die Ressourcen und die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens flexibler nutzen.

Dadurch wird einerseits die Reaktionszeit des Unternehmens auf innere und äußere Anforderungen verkürzt und andererseits die Arbeitswelt, den Anlagen und Bedürfnissen von Mitarbeitern gerechter.

Durch Projektmanagement lernen die Beteiligten auch, kooperativer, innovativer und konfliktfähiger zusammen zu arbeiten. Der sich daraus ergebende Zusatznutzen für das Unternehmen ist für dessen Weiterentwicklung beträchtlich.

**MÖGLICHE DAUER**: 3 Tage

Kommunikations- und Konflikttraining

In diesem mehrteiligen Training lernen die Teilnehmer die Grundsätze erfolgreicher Kommunikation, Verstehen der Wirkung des eigenen Verhaltens in Gesprächen mit Kollegen, Mitarbeitern, Vorgesetzten, unternehmensintern und nach außen mit Kunden und Lieferanten kennen. Sie werden unterstützt die vorhandenen Stärken auszubauen, bzw. besser zu nutzen und Schwächen schrittweise zu reduzieren.

Die Teilnehmer sollten in keiner direkten Über/Unterordnung stehen.

Maximal 10 Teilnehmer da es sich hier um ein konzentriertes Verhaltenstraining geht (Übungen, Rollenspiele mit vorbereiteten Praxisfällen und Videoanalysen mit ausführlichem Feedback).

**MÖGLICHE DAUER**: 3 Tage

FACHSEMINARE

Marketing Grundlagen für Führungskräfte

Auch jene Bereiche, die nicht direkt mit Vermakrtung und Verkauf zu tun haben, können durch ihre Leistung sehr wesentlich die Beziehungen des Unternehmens zu seinen Kunden positiv oder negativ beeinflussen.

Dieses Seminar macht mit den wichtigsten Marketingthemen vertraut.

Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens

für Führungskräfte

Führungskräfte treffen täglich Entscheidungen, die betriebswirtschaftliche Auswirkungen haben. Kenntnisse aus dem Bereich des Finanz- und Rechnungswesens sind unerlässlich, um das Vorhaben gegenüber Fachleuten innerhalb und außerhalb des Unternehmens überzeugend begründen zu können.

Dieses Kompaktseminar vermittelt ein Grundverständnis für die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und die wichtigsten Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens.

SEMINARE FÜR SPEZIALISTEN:

**Controlling mit Kennzahlen**

**Unternehmensführung mit Kennzahlen**

**Balanced Scorecard**

**●**

**Tactical Negotiating**

**Successful Selling**

**Corporate Communications**

# EUROPEAN

# MANAGEMENT

# CENTRE

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT MEMBER

Member of the International Vocational and Training Association

PROJEKTMANAGEMENT

**Projektmanagement** ............................................................ 42

**DURATION: 9 AM – 4 PM**

Professional Project Management

Management of projects

Management through projects

**Management through project work and project decisions.**

**Achieving higher work efficiency based on**

**higher performance of projects and project decisions in companies, organisations and institutions**

**LECTURER: Gerhard Hammerschmied**

The increasing complexity of tasks in a rapidly changing environment can make problem solving in a hierarchical organization very difficult. Project management is capable of utilizing company resources and its ability to innovate in a flexible way.

This helps the company reduce the time for reacting to internal and external influences and respond more effectively to the wishes and needs of employees.

Through project management, participants will learn to work together more cooperatively and innovatively. The company will gain considerable extra benefit and further development.

Project management is a good choice for dealing with complex tasks in particular those subject to time pressure. Frequently the cooperation of personnel from more than one part of the company is needed to identify and define the problem, make plans, implement and monitor. This cooperative process results in higher success rates, reduced cost and improved timeliness.

**AIMS AND CONTENT**

* + Introduction to and mastering strategic management principles and techniques
  + Improving functional (horizontal) communication.
  + Improving team work and team management.
* **What is a project? Success and risk factors for projects**
* **Project context – defining elements and roles**
* Project management in compliance with corporate stategy
* Manangement through projects (project-based management)
* **Project organization** 
  + Project organization types
  + Organization of the project
  + Pure project organization
  + Headquarters project organization
  + Matrix project organization
  + Project assistants
  + Project manager
* **Main team or project team** 
  + Case study: Requirements for setting up a project team
  + Elaboration of rules for project culture on the basis of a case study
* **Methods of project planning and steering** 
  + Understanding and using planning methods and project organization!
  + Armed with solid theory and with experience from working on specific projects, you will acquire competences provided by this method and will be able to use it for your own projects. Having attended this seminar, you will be ready to manage successfully your next project by using skillfully this method.
  + Planning the activities by a plan of the project structure
  + Planning the time schedule
  + Methods of resource and cost planning
  + Case study: resource planning
  + Types of project documentation
  + Implementation of electronic processing in projects
* Efficient project workshops, meetings
* Moderation techniques for steering the decision taking processes, conflict management and problem solving in project management
* Preparation of moderation on the basis of 3 different case studies
* Visualization – tasks of visual rhetoric
* Conflict in the roles of the project manager – moderator
* Project team management

**WORK METHODS**

Brief theoretical sessions, exercises (working techniques), work in small groups and role play, discussion of practical case studies.

**TARGET GROUP**

Managers and team members in companies and organizations who can apply project team working to one or more aspects of company activity.

* **Translation from German is provided** 
  + **The programme can be conducted as *In House Training* for a particular company, in which case it will take into account the specific activity of the company. The training will be custom tailored to the specific needs of the client, stressing issues and topics from the content that relates to a particular interest.**
  + ***In House Training* meets the time preferences of the company.**
  + **The fee for *In House Training* is negotiable.**

**Compiled by:**

EMC PROGRAMME TEAM

**Petroslav Petrov – Executive Direktor**

**All rights reserved!**