

# Politický manažer profesionál

18.července 2005 Ladislav Mrklas

Program s názvem „Politický manažer profesionál“ je stěžejní součástí dlouhodobého projektu vzdělávání členů a sympatizantů ODS s názvem Strategie úspěchu, který předsedovi CEVRO Ivanu Langerovi před více než rokem schválilo vedení strany. Program je určen profesionálnímu aparátu strany na všech úrovních. Za cíl si klade zkvalitnění odborné a komunikační připravenosti manažerské struktury ODS na vykonávání jejich běžných funkcí i fungování v zátěžových situacích.

Pilotní část programu se uskutečnila na konci června v malebném prostředí Špindlerova Mlýna, v areálu čerstvě zrekonstruovaného hotelu Horal. Dvoudenní seminář, organizovaný CEVRO, byl věnován především otázkám komunikace a veřejné prezentace, a to v jejich nejrůznějších podobách.

Na úvod semináře vystoupil hlavní manažer ODS Jaroslav Jurečka, který více než 90 účastníků seznámil se smyslem a programem akce. Jako první byla na programu přednáška ředitele CEVRO Ladislava Mrklase „ODS na cestě ke catch-all party“. Šlo o politologickou analýzu postavení, poslání a perspektiv ODS na české politické scéně, včetně porovnání s obdobně orientovanými stranami v celé Evropě. Během odpoledního programu byli účastníci rozděleni do dvou skupin, které postupně absolvovaly úvodní část kursu komunikace a veřejné prezentace a Public Relations. První kurs vedl ředitel Agentury Spektrum a místopředseda CEVRO Jiří Frgal. O vztazích médií a politiky, resp. novinářů a politiků či politických manažerů, přednášel novinář Tomáš Klvaňa. Po večeři byla na programu team-buildingová hra „Modré vejce“, která prověřila schopnosti účastníků tvořit tým a najít v něm odpovídající roli. Hru, při které se všichni nejen náramně pobavili, připravil tým Agentury Spektrum, tedy Jiří Frgal, Hana Svobodová a Markéta Piskorová. Následovalo večerní grilování na terase hotelu za doprovodu skupiny Jazz Efterrätt.

Druhý den čekalo účastníky pokračování komunikačního kursu pod vedením Jiřího Frgala, zaměřené na řešení složitých komunikačních situací. Komunikační kurs bylo vystřídáno přednáškou specialisty na marketing a management Marka Buchty o použití marketingových metod a metod moderního managementu v regionální politice. Akce vyvrcholila závěrečným shrnutím a vyhodnocením akce, které učinili Jaroslav Jurečka, Ladislav Mrklas a Jiří Frgal.

Program Politický manažer profesionál bude pokračovat na podzim dalšími specializovanými semináři.

**Z ohlasů:**

*Jan Morava, oblastní manažer ODS Mělník*

Určitě byl vhodný výběr lektorů, kteří nám jako manažerům mají co říci. Určitě je dobré, že jsme měli možnost vyměnit si zkušenosti a předat informace, které mohou být užitečné pro naši práci.

*Milena Kynclová, oblastní manažerka ODS Praha 2*

Tato akce byla velice dobrá, program byl velice pestrý, zábavný a poučný. Myslím si, že podobným školením by měli projít i naši kandidáti ve volbách a naši vrchní představitelé.

*Dana Kostíková, oblastní manažerka ODS Benešov*

Dva dny, které jsem tu strávila, byly velice přínosné. Mně osobně zaujala přednáška pana Buchty a proto jsem také přivítala informaci o plánovaném sborníku.

*Jaroslav Jurečka, hlavní manažer ODS*

Jsem nadmíru spokojen, částečně jsem také byl tvůrcem tohoto semináře. CEVRO a jeho spolupracovníci naplnili naše představy o vzdělávání směrem k našim manažerům. Školení probíhalo částečně formou zábavnou a v týmech, čímž se podařilo umocnit sdělení, které bylo určeno našim manažerům a zapůsobilo to zároveň jakožto stmelovací prvek.

*Jaroslava Procházková, oblastní manažerka ODS Česká Lípa*

Toto školení bylo dle mého názoru perfektně připravené a zaměřené přímo pro nás manažery. Nejvíce si asi odnesu z přednášek o komunikačních a prezentačních dovednostech a také mě velice zaujala přednáška věnující se komunikaci s médii.

*Vladimír Kačírek, oblastní manažer ODS Praha 1*

Mně se tento seminář moc líbil. Velmi mě obohatila přednáška, kterou prezentoval pan doktor Klvaňa a věnovala se tématu spolupráce s médii.

*Antonín Cekota, regionální manažer ODS Zlínský kraj*

Tento seminář byl podle mého názoru velice úspěšný, volali jsme po tom jako manažeři velice dlouho. Takovéto akce by se měly opakovat co nejčastěji, nejlépe třikrát až čtyřikrát do roka.