

Bodeček

- v prezentaci je uvedeno: „konkurují sami sobě“ konkurence spočívá ve zboží bez loga – co tím je myšleno? konkurence je v jiných VŠ, v Brně se především týká sebevědomí studentů MU vůči VUT, jako konkurenci mohou studenti MU vnímat i jiné fakulty MU
- + uvedení připomínek k distribuci, propagaci – letáky, školní časopis, stánky
- + kritika stávajících RP – absence designu, nebarevnost, nízká kvalita
- + dobré nápady na propagaci (vtipné „ošacení profesorů a pracovníků“ – ale nereálné (máme kravaty, reálnější by byly odznaky nebo prsten)
- uvádí, že kromě FSpS fakulty nenabízí vlastní RP – ale např FSS i ESF také:
<http://www.econ.muni.cz/prezentace-fakulty/reklamni-predmety-esf/>
- + zjišťování povědomí u cílové skupiny => změny designu RP
- + flash disky, kapsička na mobil, kulich, kožený diář
- zapalovač, půllitr na pivo
- + zřízení e-shopu, slevy
- návrh snížení cen RP není možné, nezjistili si reálný stav
- + založení stránky na Facebooku
- potisk univerzitních vozů, museli by vysvětlit blíž realizaci?
- + pokus o sestavení rozpočtu

Tylová

- + vypracování SWOT analýzy, situační analýzy
- + zjistili si reálnou situaci
- + výroba nové upoutávky na RP – webové stránky, tapety na školní PC
- + zvolení nízkonákladových metod propagace
- + nové RP: flash disk, diář
- akční programy?
- celkově slabší a méně propracované
- méně nápadů či návrhů
- + pokus o sestavení rozpočtu, systému kontroly