

Líbí se mi, že je SWOTka stručná a prioritizuje přehledně jednotlivé body. Chybí mi zde ale některé základní informace z pohledu marketingové komunikace a PR. Například návštěvnost webových stránek projektu, počet fanoušků na Facebooku a míra jejich zapojení, monitoring médií a výstupů apod. Je zde ale uvedeno několik velmi dobrých postřehů, například větší aktivita magistrátu před volbami nebo malé benefity pro aktivní studenty. SWOT analýza by totiž měla dobře posloužit k tomu, aby bylo možné na jejím základě připravit akční plán (přesněji přeloženo „plán akcí“), jak využít silné stránky a příležitosti, a jak potlačit slabé stránky a hrozby. Uvítal bych větší konkrétnost (například u bodu transparentnost nevím, co je přesněji myšleno, případně jak bych tento bod při sestavování akčního plánu v praxi využil :) Obecně je ale takto stručná SWOTka lepším řešením, než spousta nic neříkajících vět, aby to vypadalo „dobře“ ;)

SWOT - Studentské Brno	
Strengths (silné stránky)	Weaknesses (slabé stránky)
1) fungující zapojení brněnské státní samosprávy	1) nízká atraktivita témat
2) osvědčená spolupráce s městem	2) nevelké povědomí veřejnosti
3) propojení více vysokých škol v jednom městě	3) nevhodné zacílení kontentu na Facebooku
4) kvalitní komunikace s médii	4) nedokonalosti webových stránek
5) transparentnost	5) malé benefity pro aktivní studenty
Opportunities (příležitosti)	Threats (hrozby)
1) s nadcházejícími volbami větší aktivita magistrátu	1) do budoucna ztráta podpory magistrátu
2) získání sponzorů pro projekty	2) nezájem veřejnosti

3) možnost vytvoření investičních projektů	3) úbytek zájmu studentů
4) změna procesu volby témat	4) zrealizování daného projektu mimo agendu SB
5) zapojení dalších sociálních sítí	
6) více služeb studentům	