E. Analiza SWOT wizerunku marki Politechnika Białostocka wraz z macierzą wyboru strategii

Wizerunek marki Politechniki Białostockiej

Mocne strony	waga	waga	Słabe strony
I. Wysoka świadomość targetu na temat wizerunku Politechniki Białostockiej jako jedynej uczelni technicznej w północno – wschodniej Polsce	0,3	0,3	I. Relatywnie niska pozycja w ogólnopolskich rankingach uczelni wyższych
		0,2	II. Brak wyróżniającej oferty edukacyjnej w stosunku do innych uczelni technicznych
II. Skojarzenie marki uczelni z sukcesami studentów Politechniki Białostockiej na arenie międzynarodowej – Hyperion, Photon	0,3	0,2	III. Brak wyróżniającej się kampanii promocyjno – wizerunkowej
III. Wysoka ocena ogólnego wizerunku marki uczelni w otoczeniu lokalnym	0,2	0,2	IV. Brak spójnej strategii promocji obejmującej wszystkie wydziały. Mnogość podmiotów zajmujących się promocją uczelni niezależnie od siebie, często bez porozumienia.
IV. Powiązanie wizerunku marki uczelni z: • Otoczeniem gospodarczym - Krajowe Klastry Kluczowe, Odkrywcy Diamentów. • Medialnymi wydarzeniami o charakterze ogólnopolskim - WOŚP	0,1		
V. Utrwalony wizerunek gospodarza największej w tej części kraju imprezy masowej o charakterze studenckim – Juwenalia	0,1	0,1	V. Brak lub niedostateczne eksponowanie ambasadorów marki, celebrytów związanych z uczelnią
suma	1	1	**suma**

Wizerunek marki Politechniki Białostockiej

<table>
<tr><th>Szanse</th><th>waga</th><th>waga</th><th>Zagrożenia</th></tr>
<tr><td>I. Rosnący popyt na specjalistów o wykształceniu technicznym na rynku pracy</td><td>0,3</td><td rowspan="2">0,3</td><td rowspan="2">I. Coraz gorsze wskaźniki demograficzne wpływające na ograniczenie popytu co może spowodować spadek napływu opiniotwórczego targetu</td></tr>
<tr><td>II. Stała ewolucja poglądów polskiego społeczeństwa w kierunku wzrostu znaczenia wykształcenia technicznego</td><td>0,2</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>0,3</td><td>II. Wizerunek „uczelni z Polski B”, kojarzącej się z zacofaniem i nietolerancją, istniejący w świadomości targetu poza północno – wschodnią Polską</td></tr>
<tr><td>III. Stale podnoszony wizerunek Podlasia oraz Białegostoku jako terenów rozwijających się</td><td>0,2</td><td>0,2</td><td>III. Wzrost popularności wyjazdów kandydatów na studia z Polski do zagranicznych ośrodków edukacyjnych</td></tr>
<tr><td>IV. Względnie niskie koszty studiowania i utrzymania w porównaniu z innymi częściami kraju</td><td rowspan="2">0,2</td><td>0,1</td><td>IV. Biurokratyczne procedury utrudniające efektywne prowadzenie spójnej strategii promocji marki</td></tr>
<tr><td></td><td rowspan="2">0,1</td><td rowspan="2">V. Spodziewane zmniejszenie napływu środków z Unii Europejskiej</td></tr>
<tr><td>V. Wzrost atrakcyjności studiów wyższych zdobytych w Polsce w kontekście edukacyjnych rynków wschodnich – Rosja, Ukraina, Białoruś</td><td>0,1</td></tr>
<tr><td>suma</td><td>1</td><td>1</td><td>suma</td></tr>
</table>

Czy zidentyfikowane mocne strony pozwolą wykorzystać nadarzające się szanse?

Mocne strony/Szanse	Mocna strona I	Mocna strona II	Mocna strona III	Mocna strona IV	Mocna strona V	waga	Liczba Interakcji	Iloczyn wag i interakcji	Ranga
Szansa I	1	1	0	1	0	0,3	3	0,9	1
Szansa II	1	1	0	1	0	0,2	3	0,6	2/3
Szansa III	0	0	1	1	1	0,2	3	0,6	2/3
Szansa IV	0	1	0	0	0	0,2	1	0,2	4/5
Szansa V	1	1	0	0	0	0,1	2	0,2	4/5
waga	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1				
Liczba Interakcji	3	4	1	3	1				
Iloczyn wag i interakcji	0,9	1,2	0,2	0,3	0,1				
Ranga	2	1	4	3	5				
Suma interakcji							**24/2**		
Suma iloczynów								**5,2**	

Czy zidentyfikowane mocne strony pozwolą przezwyciężyć zagrożenia?

Mocne strony/Zagrożenia	Mocna strona I	Mocna strona II	Mocna strona III	Mocna strona IV	Mocna strona V	waga	Liczba Interakcji	Iloczyn wag i interakcji	Ranga
Zagrożenie I	1	1	1	1	1	0,3	5	1,5	1/2
Zagrożenie II	0	1	0	0	0	0,3	1	0,3	1/2
Zagrożenie III	1	1	1	1	1	0,2	5	1,0	3
Zagrożenie IV	0	1	0	0	0	0,1	1	0	4/5
Zagrożenie V	1	0	0	0	0	0,1	1	0	4/5
waga	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1				
Liczba Interakcji	3	4	2	2	2				
Iloczyn wag i interakcji	0,9	1,2	0,4	0,2	0,2				
Ranga	1/2	1/2	3	4/5	4/5				
Suma interakcji							**26/2**		
Suma iloczynów								**5,7**	

Czy zidentyfikowane słabe strony nie pozwolą na wykorzystanie nadarzających się szans?

Słabe strony/Szanse	Słaba strona I	Słaba strona II	Słaba strona III	Słaba strona IV	Słaba strona V	waga	Liczba Interakcji	Iloczyn wag i interakcji	Ranga
Szansa I	1	0	1	1	0	0,3	3	0,9	1
Szansa II	0	0	1	1	0	0,2	2	0,4	2/3
Szansa III	0	0	1	1	0	0,2	2	0,4	2/3
Szansa IV	0	0	0	0	0	0,2	0	0	5
Szansa V	1	0	1	0	0	0,1	2	0,2	4
waga	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1				
Liczba Interakcji	2	0	3	3	0				
Iloczyn wag i interakcji	0,6	0	0,6	0,6	0				
Ranga	1/2/3	4/5	1/2/3	1/2/3	4/5				
Suma interakcji							**17/2**		
Suma iloczynów								**3,7**	

Czy zidentyfikowane słabe strony wzmocnią siłę oddziaływań zagrożeń?

Słabe strony/Zagrożenia	Słaba strona I	Słaba strona II	Słaba strona III	Słaba strona IV	Słaba strona V	waga	Liczba Interakcji	Iloczyn wag i interakcji	Ranga
Zagrożenie I	1	1	1	1	0	0,3	4	1,2	1
Zagrożenie II	1	1	1	0	1	0,2	4	0,8	2
Zagrożenie III	1	1	1	0	0	0,2	3	0,6	3
Zagrożenie IV	0	0	0	0	0	0,2	0	0	4/5
Zagrożenie V	0	0	0	0	0	0,1	0	0	4/5
waga	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1				
Liczba Interakcji	3	3	3	1	0				
Iloczyn wag i interakcji	0,9	0,6	0,6	0,2	0				
Ranga	1	2/3	2/3	4	5				
Suma interakcji							**21/2**		
Suma iloczynów								**4,9**	

Macierz wyboru strategii

	Szanse	Zagrożenia
Mocne strony	**Strategia agresywna** Liczba interakcji – 24/2 Ważona liczba interakcji – 5,2	**Strategia konserwatywna** Liczba interakcji – **26/2** Ważona liczba interakcji – **5,7**
Słabe strony	**Strategia konkurencyjna** Liczba interakcji – 17/2 Ważona liczba interakcji – 3,7	**Strategia defensywna** Liczba interakcji – 21/2 Ważona liczba interakcji – 4,9

Wyniki przeprowadzonej analizy SWOT wskazują na to, że główne założenia Strategii Promocji Politechniki Białostockiej na rok akademicki 2016/2017 powinny być skonstruowane w oparciu o wytyczne **strategii konserwatywnej (maxi –mini).**

Definicja wybranego kierunku postępowania:

Strategia konserwatywna (maxi – mini): *Przedsiębiorstwo działa w niekorzystnym dla niego otoczeniu zewnętrznym, ale posiada silnie powiązany z zagrożeniami zewnętrznymi zespół mocnych stron wewnątrz organizacji, jest więc w stanie zdecydowanie odpowiedzieć na zagrożenia. W istniejącym otoczeniu przedsiębiorstwo nie jest się w stanie intensywnie rozwijać, gdyż zespół mocnych stron nie koresponduje z szansami otoczenia, niemniej jednak jest w stanie skutecznie przezwyciężać zagrożenia w oczekiwaniu na poprawę warunków zewnętrznych.*