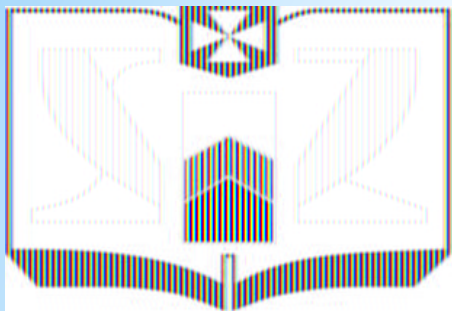




**WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI i ZARZĄDZANIA**
z siedzibą w Rzeszowie



A M A R A

Grupa 3

Roman Blyzniuk

Vilalii Predko

Yuriy Sprynskyy

*Opis firmy

Sklep „u Tamary” został założony w 2010 roku przez 3 studentów Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Firma zajmuje się sprzedażą niższej bielizny dla kobiet. W związku z niskimi cenami i jakością produkcji, sklep stał popularny i zainteresował inwestorów. Teraz myślimy o rozwoju naszej firmy.



*Pojęcia i model strategii

Strategia - w znaczeniu ogólnym oznacza naczelną orientację gospodarczą, społeczną, militarną, która wyraża dominujący kierunek działania danego systemu. Ta naczelną orientację jest główną linią i zarazem wytyczną postępowania kierownictwa systemu w związku z sytuacjami, jakie zachodzą w otoczeniu i przy uwzględnieniu własnego potencjału kadrowego, organizacyjnego, finansowego i techniczno -produkcyjnego. Należy jednak podkreślić, że strategia w wymiarze podstawowym ma zawsze charakter kompleksowy, ponieważ jest projektem przyszłej organizacji i funkcjonowania całego systemu.

Jaką macie strategię? - spytałem zupełnie niedawno jednego z prezesów pewnej firmy usługowej, największej w swojej branży w Polsce? Po chwili usłyszałem: Intensywnie pracować nad realizacją naszych celów; pasja - tak, trzeba pracować z pasją. Czy tę wypowiedź można uznać za strategię przedsiębiorstwa? To raczej prezentacja pewnych postulatów, czy zasad pracy. Czym jest strategia? Po co w ogóle i kiedy tworzyć strategię? Dlaczego jedne organizacje osiągają wspaniałe rezultaty, nie mając w ogóle spisanych strategii a inne zaś tworzą fantastyczne strategię, których nie potrafią wdrożyć lub po wdrożeniu nie osiągają pożądanych rezultatów?



*Strategia rozwoju

W związku z zwiększeniem klientów sklepy „u Tamaru” wynika potrzeba w rozwoju samej firmy. Nasze plany:

- PR
- Tworzenia własnego design
- Otwarcia cechów
- Otwarcia filii w innych miastach



*PR

Komunikacja prowadzona przez specjalistów ds. PR wykorzystuje zawsze intencjonalne przekazy informacyjne. Nie oznacza to jednak, że są one jedynym czynnikiem wpływającym na cele, które realizuje public relations. Ogromne znaczenie i wpływ na wizerunek mają również wszelkie wydarzenia i zjawiska społeczne, na które osoby odpowiedzialne za PR nie mają żadnego wpływu. Społeczny wizerunek organizacji może zmieniać się wraz z każdą nową, trafiającą do otoczenia, informacją o jej funkcjonowaniu, prowadzonej polityce rozwoju, zasadach działania itd. oraz doświadczeniami budowanymi na podstawie tych informacji. Nie jest to jedyna przyczyna ewaluowania wizerunku. Determinantem tego procesu są również zmiany zachodzące w otoczeniu - jego stan uczuciowy, zmieniający się kontekst społeczny, który wpływa na zastępowanie jednych kryteriów wartościujących innymi. Nie oznacza to jednak, że PR-owcy mają pozostać wobec takich sytuacji bierni. Dobry specjalista ds. PR to ten, który potrafi odpowiednio wykorzystać te wydarzenia dla własnych celów.



*Otwarcia cechów

Dla czego sprzedawać gotową bieliznę jeżeli możemy tworzyć ją samodzielnie i zarabiać na tym więcej?



*** Odkrywamy nowe miejsca pracy. Dla stworzenia naszego design niżniej bielizny najęliśmy krawcowe dla poszywki produktów dla naszego sklepu.**



**Design*

Tworzymy
własny
design
bielizny



*** Tamara - nowa model
niższej bielizny dla
kobiet w różnym
wieku.**

**Zniżki na nową
francuską kolekcję
2016**



*Wnioski

Tworzenia własnej produkcji i sprzedania ją w naszych sklepach spowodowało wzrost dochodów naszej firmy w związku z tym że już nie kupujemy produkcje a robimy ją samodzielnie czyli wydatki się zmniejszyli, a zysk się zwiększył dlatego że mamy własny design i markę.

