

**ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**  
**Бакалавърска програма**  
**Специалност “Бизнесадминистрация”**

**КУРСОВА РАБОТА**

**по дисциплината “Стратегическо управление”**

**на тема:**

**“МИСИЯ, ЦЕЛИ И СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ**

**НА ФИРМА “РЕЕВОК”**

Изготвил:

Проверил:

2017

## **Въведение**

Какво може да направи една компанията, за да бъде успешна и динамична? Това е общ въпрос, който е от значение без значение сферата на бизнес. Със сигурност компанията не може да разчита само на традиционните начини и подходи. Повечето компании да реализират печалба, като изнасят своята продукция. По същия начин, преди бизнес корпорация е могла да бъде успешна без да използва Интернет. Но в днешно време това не работи. Глобализацията, интернационализацията на пазарите и корпорациите, напълно са променили начина, по който съвременните корпорации правят бизнес. С цел постигане на икономии от мащаба е необходимо да се постигнат ниски разходи и ниски цени. Компании, които трябва да бъдат конкурентоспособни, са измислили идея за "глобален пазар". Такъв е случаят и на Reebok, който ще разгледаме в настоящата разработка.

### **1. Представяне на фирмата**

Reebok, базирана в Обединеното кралство, е основана през 1890 г. от Дж. Фостър. Основната причина за стартирането на бизнеса е, че спортистите са искали да бягат по-бързо. Оттогава, Reebok се развива, за да стане един от трите водещи лидера на пазара в спортни обувки, фитнес и аксесоари. Успехът на марката е изграден върху нейния креативен дизайн и маркетингова стратегия. Правилният баланс между проектирането и маркетинга е направил Reebok толкова успешна марка.

Започвайки от първите ръчно изработени обувки до най-новите иновативни обувки Easytone и ReeZig, Reebok е доказала своята индивидуалност, автентичност и творческо мислене и потенциал. Компанията е купена от Adidas през 2006 г., което даде на Adidas и Reebok силен пазарен дял така, че да се конкурира в общия конкурент и пазарен лидер Nike. Въпреки че компанията е била погълната, Reebok и Adidas все още имат две различни марки. Reebok залага на американския пазар и спонсорство на различни спортни събития като NFL, NBA, WNBA и NBDL. С етикета като производител на обувки с отстъпка в миналото, Reebok бавно е променила своето лице с модерност, комфорт и първокласен продукт, като компанията е увеличила цената си на пазара включвайки нови технологии за спорт и фитнес. Последната продуктова линия Easytone и ReeZig имат повече технически и проектни стойности, технология, която всъщност е проектирана от инженер на НАСА ([www.corporate.reebok.com](http://www.corporate.reebok.com)), и рестартирането на класическите модели разкрива промяната във фокуса на компанията. предмет на дейност