



**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ГР.СОФИЯ**

# **КУРСОВА РАБОТА**

**по Приложни аспекти във визуалните изкуства**

**на тема:**

**КОНЦЕПЦИЯ ЗА РЕКЛАМА НА ПИЦАРИЯ „DARIO’S  
PIZZA“**

*Изготвил:*

*Проверил:*

*София, 2015*

## **1. Предварителни проучвания**

### **1.1 Кратка история и философия на пицария „Dario’s Pizza“**

Историята на пицария „Dario’s Pizza“ датира още от далечната 1970г. , когато двамата братя Луис и Реджис Дарио купуват в Роуд Айлънд вече съществуващата малка пицария „The big chees“. Те преименуват пицарията на „Dario’s Pizza“ през 1973г. Те успяват да развият бизнеса толкова скорострелно, че през 1978г. отварят врати над 230 локации на пицария „Dario’s Pizza“ в цяла Америка. „Dario’s Pizza“ се превръщат в един от водещите лидери в доставката на пица. Успехът на бизнеса създава възможност за разрастване и отваряне на локации и на територията на други държави като Бразилия, Мексико, Канада а през 1981г. и в Европа. Днес „Dario’s Pizza“ е известна верига в много държави и разполага с над 3000 локации в САЩ, Канада, Южна Америка и Европа.

Мисията на бизнеса „Dario’s Pizza“ е насочена към утвърждаването му на глобалния пазар, което е пряко обвързано с работна среда оценяваща служителите, екипна работа и култура на обслужването. Визията на бизнеса може да се определи с едно изречение: „Изключителни хора, обединени от една обща цел- да превърнем „Dario’s Pizza“ в лидер при доставката на пици в цял свят.“ За да постигне това веригата залага изключително много на франчайза.

„Dario’s Pizza“ има определени принципи, на които бизнесът залага и те са пряко обвързани с оценяването на приноса на клиенти, служители, доставчици, а от там и с управленските решения

Философията на бизнеса е свързана с комуникирането с всеки служител и отговорно отношение към създаването на работна среда, в която служителите биват оценявани според заслугите и приноса си, имат равни възможности за израстване и не са подложени на дискриминация. Тази философия залага на идеята, че управлението и развитието на служителите е от изключително значение за успеха и развитието на бизнеса.

#### **❖ Силни и слаби страни на „Dario’s Pizza“**

##### **➤ Силни страни**

- Добре разпознаваем бранд след 2000г.
- Добър имидж на марката
- Високо качество на храната и обслужването
- Иновативност
- Бърза доставка до дома
- Възможност за online поръчки
- Възможност клиентът да създаде и поръча собствена пица

➤ **Слаби страни**

- Високи цени на продуктите
- Сравнително сходно с други пицарии меню
- Високо калорични продукти
- Недостатъчно широко покритие на обхват на доставките

## **1.2 Обществено мнение и имидж на веригата „Dario’s Pizza“**

Макар да се превръща в силно разпознаваем бранд, подобно на редица други бизнес единици, веригата преживява сериозен финансов спад в резултат на икономическата криза от 2008г. В резултат на това акциите на компанията стремглаво падат надолу същата година, което води и до отдръпване на доста франчайз партньори. Това неминуемо оказва влияние и на мисията и визията на веригата, което означава предприемане на сериозни промени с цел възвръщане успеха на бизнеса.

В резултат на необходимостта от промени, веригата стартира анкета, в резултат на която решава да предприеме стъпки към въвеждане на нови съставки, продукти и преизчисляване на цените, което ще доведе до отличаване на менюто на веригата от това на конкуренцията. От голямо значение тук се оказва и начинът, по който новите продукти ще бъдат представени на клиентите.

Тук е моментът да отбележим, че веригата взима участие в различни обществени инициативи и каузи, като сервиране на пица в приют за бездомни в Ню Йорк, което е част от каузата „Парченце надежда“, към която веригата е съпричастна.