



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ

МАШИНСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

На основу члана 33. став 3. Правилника о основним академским студијама

О Б А В Е Ш Т А В А

да ће студент **АЛЕКСАНДАР ЂОРИЋ**

дана **08.07.2025.** са почетком у **10,00 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА

Анализа маркетинг стратегије и брендирања компаније KIA

пред комисијом у саставу:

Ментор

проф. др Милош Милованчевић

Члан

проф. др Драган Милчић

Члан

доц. др Миодраг Милчић

РЕЗИМЕ

У овом дипломском раду анализира се јужнокорејски произвођач аутомобила Киа. Говори се о неким принципима и алатима који се користе у маркетингу, затим о бренду и на крају о самој компанији.

У првом делу се анализира маркетинг окружење, тј. фактори макроокружења кроз СЛЕПТ и ПЕСТ анализу и фактори микроокружења кроз СВОТ анализу, затим маркетинг микс концепт кроз анализу производа, цене, дистрибуције и промоције, онда сегментација тржишта где спадају географска, демографска, психографска и бихејвиористичка сегментација тржишта, избор маркетинга, избор стратегије за позиционирање и перцептивна мапа бренда и на крају профил купаца где се говори о понашању потрошача и типовима куповине. У другом делу говори се о самом бренду и компанији кроз анализу оснивања, првих почетака и даљег развоја компаније, логоа и слогана, корпоративне филозофије, филијала и огранака компаније, дизајна, кључних предности, Драјв Вајс технологије, концепт возила и спортских спонзорстава. Закључци рада истичу да је Киа постала светски познати бренд када се говори о квалитету, поузданости и безбедности аутомобила направљених у складу са највишим стандардима аутомобилске индустрије, о чему говоре бројне најпрестижније награде и 7-годишња гаранција аутомобила која важи за најдужу гаранцију за нове аутомобиле у Европи, што све заједно сврстава овај бренд у сам врх света аутомобила.

Кључне речи: Киа, Хјундаи, Киа Евпопа, 7-годишња гаранција аутомобила, квалитет, безбедност, дизајн, иновативност

Ниш, 25.06.2025.год.