



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 **МАЈА ЂОРЂЕВИЋ**

дана **15.05.2024.** са почетком у **14,30** часова, у сали **401,**

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Маркетинг анализа на примеру компаније “ Sony ”
-------------	--

пред комисијом у саставу:

<i>Ментор</i>	проф.др Милош Милованчевић
<i>Члан</i>	доц.др Милена Рајић
<i>Члан</i>	доц.др Зорана Станковић

Резиме

Циљ овог завршног рада је уочавање значаја маркетинга на основу кога компаније усклађују своје производе и услуге са потребама потрошача. Компаније кроз свој развој све више придају важност маркетингу зато што им помаже да, поред разумевања потреба потрошача, утичу и на стварање нових потреба различитим маркетиншким стратегијама. У савременим тржишним условима разумевање маркетинга и оријентација на потрошаче и задовољање њихових потреба представља главни предуслов за остваривање успеха на тржишту. Једна од компанија која се у таквим условима одлично котира на тржишту је компанија Sony.

Овај бренд је захваљући маркетингу стекао значајну предност у односу на конкуренцију због чега је константно супериоран на тржишту. У овом дипломском раду су презентоване активности, методе, програми, анализе и стратегије у оквиру маркетинга којим се Sony корпорација служи како би задржала постојеће и придобила нове купце.

Кључне речи: маркетинг, компанија, купци, тржиште, Sony, програми, методе, бренд.

Ниш, 09.05.2024. године