



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 **ЂОРЂЕ СТАНКОВИЋ**

дана **08.11.2024.** са почетком у **14,00 часова**, рачунски центар **РЦ**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

<b>ТЕМА</b>	<b>Анализа маркетинг стратегије компаније “ Nvidia “</b>
-------------	--

пред комисијом у саставу:

<b>Ментор</b>	проф. др Драган Милчић
<b>Члан</b>	проф. др Милош Милованчевић
<b>Члан</b>	доц. др Миодраг Милчић

**РЕЗИМЕ**

У овом дипломском раду анализира се примена маркетиншких стратегија и позиционирања брэнда у глобалном контексту, са фокусом на компанију Nvidia, која је један од водећих светских лидера у области графичких процесора и рачунарских технологија. Рад је подељен на два дела: теоријски и практични. Теоријски део истражује основе маркетинга, глобално маркетиншко окружење и факторе који утичу на позиционирање и сегментацију тржишта. Такође се обрађују концепти као што су SWOT и PEST анализе, које су примењене на специфичне захтеве индустрије графичких процесора. Практични део рада се фокусира на анализу стратегије позиционирања брэнда Nvidia и истраживање његовог утицаја на конкурентност и тржишно учешће. Посебан акценат је стављен на серију GeForce RTX, која је значајно допринела расту компаније и учвршћивању њене позиције на тржишту. Кроз примену анализа, као што су SWOT и PEST, идентификовани су кључни фактори који утичу на успешност позиционирања и профитабилност компаније. Такође су предложене стратегије за побољшање маркетиншких активности и унапређење брэнда како би се одржала конкурентска предност. Закључци рада указују на важност константног иновирања и прилагођавања тржишним променама, као и значај квалитетног управљања брэндом ради дугорочног успеха на глобалном тржишту.

Кључне речи: маркетинг, позиционирање брэнда, Nvidia, глобално тржиште, GeForce RTX, SWOT анализа, PEST анализа.

Ниш, 06.11.2024. год.