



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 **АЛЕКСАНДРА ПЕТКОВИЋ**

дана **09.07.2024.** са почетком у **10,00** часова, у сали **401,**

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Анализа бренда града Пирота
------	-----------------------------

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Милош Милованчевић
Члан	доц.др Милена Рајић
Члан	доц.др Зорана Станковић

РЕЗИМЕ

Маркетинг је чин задовољавања и задржавања купаца. То је једна од примарних компоненти пословног управљања и трговине. Маркетинг обично води продавац, обично трговац на мало или произвођач. Производи се могу пласирати другим предузећима (Б2Б) или директно потрошачима (Б2Ц). Понекад се задаци уговарају са наменским маркетиншким фирмама, као што су медији, истраживање тржишта или рекламна агенција. Понекад се трговачко удружење или владина агенција (као што је Служба за пољопривредни маркетинг) оглашава у име читаве индустрије или локалитета. Тржишне оријентације су филозофије које се тичу фактора који треба да иду у планирање тржишта. На маркетиншки микс, који оцртава специфичности производа и начин на који ће се продавати, укључујући канале који ће се користити за рекламирање производа, утиче окружење које га окружује, резултати маркетинг истраживања и истраживања тржишта, као и карактеристике циљног тржишта производа. Када се ови фактори одреде, трговци морају да одлуче које методе промоције производа, укључујући коришћење купона и других подстицаја цена. Поред анализе маркетинга, његових стратегија и брендинга у овом раду ће бити речи и о анализи бренда града Пирота. „Маркетинг је коктел маште, илузија, иновација, идентификација потреба, лојалност и мерење под глобализираним, отвореним и стално ажурираним изгледом.“ - Néctor Baragaño

Кључне речи: маркетинг, маркетинг микс (производ, цена, промоција и дистрибуција), брендирање, избор маркетинга, анализа бренда града Пирота

