Др Слободан Вулетић*
Савез учитеља Републике Србије
Нови Сад

ТЕСЛА – ГЕНИЈАЛНОСТ ЛИЧНОСТИ И АУТЕНТИЧНОСТ БРЕНДА

Сажетак: *Сложеност личности Николе Тесле води нас до проучавања његовог карактера, на чијим темељима он постоје бренд, који добија све већи значај у образовању и науци, у ваздухопловству и инжењерству, производњи енергије, производњи информационо-комуникационих технологија, култури, менаџменту и другим областима. Заједнички мотив за употребу овог бренда за њихову различитих производа је чињеница да Теслина генијалност представља синоним и за иновативност, квалитет и аутентичност, за које се, у маркетиншком смислу, компаније намеравају на различите начине да би створиле идентитет и препознатљивост на тржишту.*

Кључне речи: НИКОЛА ТЕСЛА, БРЕНД, МАРКЕТИНГ.

* Контакт: slov79@gmail.com

Увод

„Садашњост је ваша, ја радим за будућност и она припада мени”
Никола Тесла

Док је Алберт Ајнштајн (*Albert Einstein*) теоријски физичар, за многе у свету прва асоцијација на генијалност и аутентичност, за људе са ових простора, са пуним правом то је визионар и мислилац, научни прегалник, изузетно организован и продуктиван проналазач, истраживач у области физике, електротехнике и радиотехнике – Никола Тесла.

Теслина животна прича може се посматрати кроз призму универзалних ствараоца са ових простора, који се својим делима сврставају у „наше” најпознатије научнике и проналазаче, при чему се уз њега могу навести и Руђер Бошковић, Милутин Миланковић и Михајло Пупин, који су задужили човечанство у научном, образовном, културном и техничко-технолошком погледу.

Дестог јула 2016. године, навршило се 160 година од рођења Николе Тесле. Од тада, па до данас, свет није остао исти јер га је Тесла, вођен визијама, променио на боље, решавајући бројне проблеме својим изумима, дајући снажан импулс научно-технолошкој револуцији.

После његове смрти 1943. године, свет је остао без продуктивног проналазача и визионара, чији би научни и друштвени допринос требало да се анализира и преиспитује, не само у техничким, природним наукама и медицини, него и у друштвеним наукама као што су филозофија, психологија (психологија стваралаштва), социологија и комунологија.

Проучавање његовог систематичног и организованог рада и живота, потребно је, како би се у целини сагледао његов значај и величина која нас до данас инспиришу, као и поруке и вредности које нам је оставио.

Особине Теслине личности као што су: креативност, оригиналност, креативна ексцентричност, моћ имажинације, визуелно размишљање, флуентност идеја, флексибилно мишљење и стваралачке фантазије, описују га као једног од најпродуктивнијих и најзанимљивијих умова, необичних визионара који су осветлили XX век.

1. Никола Тесла – неисцрпно врело инспирације

„Човек је рођен да ради, да шрпи и да се бори, јер ко шако не чини шај мора да проидаге.”

Никола Тесла

Рођен је између 9. и 10. јула 1856. године у Смиљану, од оца Милутина и мајке Георгине, у малом месту у Лици. Основну школу похађао је у Смиљану и Госпићу од 1862-1866. године, а Реалну гимназију од 1866-1870. године. Осим тога, завршио је и Високу реалну гимназију у Карловцу 1873. године. Од 1875. па до 1878. године студирао је на Политехничкој школи у Грацу, а 1880. године уписао је студије философије природе на Универзитету у Прагу.¹

Никола је добио име и по једном и по другом деди. Његова мајка Георгина (девојачко Мандић) је и сама припадала лози проналазача. Конструисала је разне корисне направе и била је веома вредна. Тесла је њеним васпитањем био подстицан да је опонаша у детињству, па је и сам рано почео да се занима за разумевање и објашњавање света око себе. „Мада мајци морам да захвалим за сав изумитељски дар који поседујем, и вежбе које ми је отац задавао мора да су биле од изузетне користи. Оне су се састојале од свакојакх задатака. Задавао ми је, на пример, да погађам туђе мисли, да откривам недостатке неког облика или израза, да понављам дугачке реченице или да рачунам напамет. Несумњиво је да су те свакодневне лекције, чија је сврха била јачање меморије и расуђивања, а нарочито критичког мишљења, биле веома корисне.” (Тесла 2011: 4).

Снажан утицај генетике и породичног васпитања, оставили су траг на Теслин развој и постигнућа (Тесла, 1996:11). Проводио је време у очевој библиотеци читајући књиге и учећи стране језике, објашњавајући себи природу и функционисање околног света. Са 11 година остварио је први дечачки тријумф, тако што је у ставио ватрогасна кола у погон, након више покушаја стручних службеника. Овим догађајем, наговештен је његов животни пут хуманисте и проналазача (Тесла, 1996:11).

Мноштво његових открића допринело је напретку у различитим областима. Може се слободно рећи да је Тесла својом свеукупном креативном делатношћу дао ново значење појмовима „иновација” и „иноватор”, померајући човечанство унапред, на само њему својствен начин.

Студирајући на европским универзитетима, изучавао је математику, физику, електрицитет, машинство и филозофске науке, остајући отворен за нове идеје и непрестани интелектуални развој. Године 1884. одлази у

¹ Извор: http://www.tesla-museum.org/meni_sl/nt.php?link=tesla/t, датум посете 19.6.2016.

Слика 1:

Никола Тесла у лабораторији

Америку, а неколико година касније постаје и амерички држављанин, стално настањен у њој.

Током каријере патентирао је преко 250 изума у Америци и земљама широм света, од којих су важнији следећи: обртно магнетно поље, индукциони мотор, полифазне наизменичне струје, генератор и комплетни систем производње и дистрибуције електричне енергије.

По њему је јединица међународног система добила назив – мера за магнетну индукцију „Тесла“. Конструисао је генератор струја високе фреквенције и напона, данас познат као „Теслин трансформатор“, трансформатор без језгра, Теслина завојница, или Теслин калем.

Много занимљивости о Тесли које инспиришу јавност, могуће је пронаћи коришћењем интернета:

- „Матурирао је 24. јула 1873. године у групи од свега седам ученика са врло добрим успехом јер је из нацртне геометрије био довољан.
- Два пута се за стипендију обраћа славној Матици српској у Новом Саду. Први пут 14. октобра 1876, а други пут 1. септембра 1878. године. Оба пута бива одбијен.”².

Ове информације, између осталог, разбијају клише о лаком успону и потврђују колики је Тесла био борац, те са каквим је самопоуздањем и дисциплином владао још као ученик и младић следећи сопствену визију. Његове визије и воља, биле су јаче од околности у много случајева. Тесла је за себе једном изјавио: „Мој је живот био непрестано треперење између агоније неуспеха и блаженства успеха” (Тесла, 1996: 10). Догађаји из Николиног детињства потврђују да је његов живот био препун успона и падова, а један од њих је и смрт рођеног брата Данета, када је Николи било свега 5 година, што је оставило трага на целу фамилију, а посебно на младог Теслу (Тесла, 2011: 3).

Знатно касније, један од „животних удараца” десио му се и 13. марта 1895. године, када је избио велики пожар у лабораторији, при чему је изго-

² Извор: <http://nikolatesla.io.ua/> датум посете 20.6.2016.

рело око 400 електричних мотора, електричних и механичких осцилатора, трансформатора, многих оригиналних конструкција и других радова³. Осим тог чувеног пожара, Тесла је имао проблема и са појединим проналазачима тог доба, као што је Томас А. Едисон (*Thomas Alva Edison*) који је погазио своје обећање, иако је Тесла напорно радио на својој новој конструкцији. Његов ум је био претња јаком индустријском лобију од којег се разликовао својим ставовима и хуманистичким циљевима како би човечанству пре свега неповратно „даровао” знање и свој рад. Индустријалци попут Едисона у Тесли су видели снажног конкурента, иако су му се многи од њих потајно дивили. „Када је напунио 41 годину, поднео је свој први патент бр. 645576 из области радија. Годину дана касније америчкој војсци приказује модел радијски управљаног брода, верујући да војска може бити заинтересована за радио-контролисана торпеда. Тада је он говорио о развоју „умећа телематике”, врсте роботике. Радио контролисан брод је јавно приказан 1898. године на изложби у Медисон Сквер Гардену. Ови уређаји су имали иновативни резонантни пријемник и низ логичких кола. Радио-даљинско управљање остаје новотарија све до 1960-их.”⁴

Незаслужено, историја је приписала проналазак радија, првог електронског медија масовног комуницирања, Гуљелму Марконију (*Guglielmo Marconi*) због чега је 1909. године добио Нобелову награду за физику.⁵ Накнадно, Тесли је признато првенство у односу на Марконија на основу патента бр. 645576.⁶

За светску и домаћу јавност, Тесла остаје неисцрпно врело инспирације. Захваљујући бројним проналасцима, стиче светску популарност и инспирише многе инжењере, проналазаче и научнике, који су, између осталог писали и монографије о њему, популаришући његов рад и име⁷:

1. Commerford, Martin, Thomas (1984): *The Inventions, Researches and Writings of Nikola Tesla*; New York (Прва у свету објављена књига која се бави Теслиним радом).
2. Станојевић, Ђорђе (1894): *Никола Тесла и његова открића*, Београд (Прва књига о Николи Тесли издата у Србији и штампана у Штампарији Краљевине Србије).

³ Извор: http://nikolatesla.io.ua/s30595/zivot_naseg_najveceg_naucnika_i_pronalazaca датум посете 20.6.2016.

⁴ Извор: http://nikolatesla.io.ua/s30595/zivot_naseg_najveceg_naucnika_i_pronalazaca датум посете 21.6.2016.

⁵ Извор: https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/marconi-facts.html датум посете 24.6. 2016.

⁶ Извор: <http://www.google.com/patents/US645576?hl=sr#v=onepage&q&f=false> датум посете 21.6.2016.

⁷ Извор: http://www.tesla-museum.org/meni_sl/nt.php?link=tesla/t датум посете 23.6.2016.

3. Behrend, Bernard A. (1921): *The Induction Motor and Other Alternating Current Motors*; New York.
4. Бошкан, Славко (1932): *Nikola Tesla und Sein Werk*; Leipzig (Једна од најзначајнијих књига о Николи Тесли, коју је написао оснивач Института „Никола Тесла” и чије се прво издање појавило на немачком језику).
5. Leonard, John William (1910): *History of the City of New York 1609-1909*. New York (Никола Тесла се наводи као један од значајнијих њујорчана).
6. Cheney, Margaret (1981): *Tesla – Man Out Of Time*; New York (Популарна биографска књига о Тесли, која је доживела највише издања).
7. Wise, Tad (1994): *Tesla: A Novel*; Atlanta (Романсирана биографија).

Осим наведених књига, посредством којих је светска јавност могла да упозна живот и рад Николе Тесле, он је изузетан публицитет стекао и објављивањем својих писама у форми аутобиографије: „Моји изуми” (*My Inventions: The Autobiography of Nikola Tesla*; New York). Та књига садржи шест аутобиографских чланака објављених од јуна до октобра 1919. године у часопису „Electrical Experimenter”, када је замољен од редакције овог америчког часописа да опише детињство и младост, свој живот и научни рад (писао је кад му је било више од шездесет година).

2. Тесла и персонификација брэнда

Захваљујући свом детињству, личним особинама и дисциплини са којом је радио и стварао, Никола Тесла постао је аутентичан научник, проналазач, искрени хуманиста и борац који је пореклом са ових простора успео да оствари своје визије и животну мисију. Из књига „Моји изуми” и „Проблем повећања људске енергије” на основу описа сопственог живота дао је виђење проблема човечанства. Као аутентичног ствараоца који инспирише многе, његову личност красе следеће особине и способности: *иновативност, креативност и креативна ексцентричност, моћ имитације, флуентност идеја и стваралачке фантазије, флексибилно мишљење, осећајност, хуманост, прецизност, мистичност, енергичност, постојаност, ујорност, практичност, усамљеност, одмереност, скромност, јединственост*.

Популарност Тесле довела је до тога да се у његову част, са употребом његовом имена и презимена као брэнда, данас називају многе организације. Такав начин одавања почаста али и стратешког деловања, присутан је у свету и код нас у више друштвених сегмената од којих наводимо поједине:

1. *Образовање и наука*⁸ (основне школе у Рейублици Србији, Универзитет „Унион – Никола Тесла“, Космолошки институт, Електротехнички институт),
2. *Култура*⁹ (Музеј, Универзитетска библиотека)
3. *Ваздухопловство и инжењерство, производња енергије*¹⁰ (аеродром који од 2006. носи његово име, Термоелектрана „Никола Тесла“),
4. *Аутомобилска индустрија*¹¹, (Tesla motors, Nikola Motor Company)
5. *Информационо-комуникационе технологије, медији и групи уређаја*¹²,
6. *Менаџмент*¹³ (инвестиционо друштво за управљање портфолиом).

Као једна реч, бренд Тесла дубоко је у свести потрошача „урезан“ као синоним за генијалност, оригиналност и иновативност као апстрактне компоненте. „Бренд представља име, појам, знак, симбол, асоцијацију, трговачку марку или дизајн и служи за идентификацију и диференцирање производа или услуга произвођача од конкурентских. Бренд поседује функционалне и емоционалне елементе који стварају однос између потрошача или услуге.“¹⁴

Према *категоризацији* бренда Тесла¹⁵, организације под тим називом чине профитне (фабрике, електране) и непрофитне организације (школе, факултети, библиотеке, музеји) као и разне асоцијације и удружења (поштоваоци лика и дела Николе Тесле). Од производа, код нас су као *локални* и *национални* бренд (са тенденцијом експанзије) присутни мобилни телефони, таблети, клима уређаји Тесла, док су у свету присутни као *интернационални* и *глобални* бренд и аутомобили *Tesla Motors*. Многе фирме нуде услуге, а међу њима се налазе и агенције које се баве менаџментом инвестиција као што је *Tesla capital*.

Брендинг као процес представља креирање и спајање видљивих бренд елемената (име, лого дизајн) и невидљивих особина (антропоморфне особине личности, глас и порука). У процесу брендинга, маркетиншки стручњаци су добро проценили да је Тесла као бренд поуздан избор на

⁸ Школа: <http://www.osnikolateslans.edu.rs/> Космолошки институт: <http://kpv.rs/?p=2516>, универзитет: <http://unionnikolatesla.edu.rs/>, Електротехнички институт <http://www.ieent.org/prototip/pocetna.aspx>

⁹ Музеј: http://www.tesla-museum.org/meni_sl/nt.php?link=tesla/t, библиотека: <http://www.ubnt.ni.ac.rs/>

¹⁰ Аеродром: <http://www.beg.aero/>, термоелектрана: <http://www.tent.rs/>,

¹¹ Аутомобилска индустрија: <https://www.tesla.com/models>

¹² Таблети, рачунари, телефони, клима уређаји: <http://tesla.info/sr/>

¹³ Инвестиционо друштво: <http://www.tesla-capital.com/sr/managing>

¹⁴ Извор: <http://martinroll.com/resources/brand-glossary/> датум посете 25.6.2016.

¹⁵ Извор: <http://marketing-pr.fon.bg.ac.rs/webroot/uploads/Brand%20Management%20-%20Skripta.pdf> датум посете 26.6.2016.

Слика 2:

Лоџо бренда Тесла Comtrade Group

Слика 3:

Лоџо бренда Tesla Motors

овим просторима јер широка јавност (потрошачи) имају позитиван однос према познатом научнику и негују поштовање и дивљење. На овакав начин компаније се труде да се диференцирају од конкурентских.

Ако бисмо анализирали неке од компоненти два бренда Тесла, као што је *лоџо* компаније Тесла која се бави производњом телефона, таблета, телевизора и клима уређаја, примећује се одређена сличност логотипа са оним компаније *Tesla Motors*. Ове компаније иначе нису конкурентне јер нуде другачије производе и делују на другим континентима, али су интересантне за анализу.

Као друго графичко решење, осим логотипа, важан је и изглед интернет презентације.

Визуелно решење логотипа указује на оштрину слова и прецизност, док се у случају наведеног сајта показује да се код потрошача желе изазвати јасне асоцијације на Теслу (имајући у виду познату Теслину слику и његов карактеристичан визуелни идентитет) у опису његовог креативног процеса услед којих је имао врло продуктиван живот. Плава боја означава верност и поверење који са ликом познатог научника појачавају наведене осећаје.

Оно што је у одређеној мери слично за оба бренда Тесла, је визуелно решење које бојама подсећа на слику чувеног проналазача из 1997. године,

Слика 4: *Почетна страница сајта Тесла Comtrade Group*

као једну од модернијих слика аутора Драгана Малешевића Тапија.

На тој слици се Тесла налази у мистериозном „плаветнилу”. Тесла је то плаветнило и сам описао у покушају да објасни своје креативне процесе. „Када затворим очи, ја неизбежно прво видим уједначену врло тамну, плаву позадину као што је небо у ведрим ноћима без звезда. Кроз неколико секунди ова позадина се прожме великим бројем светлуцавих зелених мрља, распоређених у неколико слојева који полако иду према мени. Онда се са десне стране појављује дивна слика два скупа паралелних густих линија који су међусобно управна и у свим бојама, а преовлађују зеленожути и златни тонови” (Тесла, 2011: 7). Тесла као име бренда је погодно и једноставно, јер на различитим географским подручјима оно ствара исто поштовање и исте асоцијације на научника, иноватора и генијалног човека светског гласа. То име је стога *глобално прихватљиво*.

Оно што карактерише споменута два бренда истог имена јесте њихова *бренд архитектура*.

У првом случају то је монолитна бренд архитектура, по којој се за сваки производ користи исто име бренда.

За разлику од монолитне, комбинована архитектура бренда подразумева да се сваки производ користи са корпоративним именом (sub-brand).

Слика 5:

Тесла као инспирација аутора Драгана Малешевића Тапија¹⁶

Слика 6: Монолитна архитектура бренда Тесла

¹⁶ Слика преузета са сајта

http://www.arte.rs/sr/prodaja/slika_skulptura/dragan_malesevic_tapi_tesla-5351/

Слика 7: Комбинована архитектура бренда Tesla Motors

Благи пораст бренда Тесла у свету и код нас има своје предности али и мане. Од предности можемо навести ону којом се истиче оригиналност која асоцира на једну светски познату личност из области науке и проналазаштва, препознатљиво име, јасне асоцијације на аутентичну личност. Са друге стране, као мана може да се истакне одређено ширење бренда, које може да доведе у неким случајевима и до „уништавања” уколико се оно омасови у различитим земљама.¹⁷

Према Давиду Акеру, познатом светском стручњаку за брендирање, могу се уочити атрибути личности бренда које можемо довести у везу са предметом нашег рада¹⁸:

- *Искреност* (доноси приземност, поштење, веселост),
- *Узбуђење* (смелост, духовност, савременост),
- *Компетентност* (поузданост, интелигенција, успешност),
- *Софистицираност* (шарм, претенциозност, виша класа),
- *Снага* (чврстина и природност).

Према наведеним атрибутима личности, бренд Тесла може се везати за компетентност, софистицираност, снагу и искреност.¹⁹ Због истакнутих атрибута, овај бренд се лако носи са окружењем. У прилог томе иде и све већа употреба интернета који доводи до глобализације пословања јер сви брендови су захваљујући интернету присутни 24 часа дневно. У процесу комуникације са потрошачима сматрамо да бренд Тесла остварује своју функцију. Привлачење пажње је са маркетиншке тачке гледишта знатно олакшано јер је личност добро позната како домаћој, тако и светској јавности. Нови медији доприносе популаризацији имена нашег научника, а самим тим јачају снагу бренда под његовим именом.

¹⁷ „Уништавање” бренда не мора нужно да значи и повлачење имена, него честа употреба имена не доводи до жељених ефеката привлачења, у свету у којем су грађани презасићени информацијама.

¹⁸ Сајт Давида Акера: <https://www.prophet.com/thinking/topic/aaker-brands/> датум посете 27.6.2016.

¹⁹ У крајњој линији, може се повезати и са узбуђењем јер је Теслина загонетна личност на основу бројних прича о одређеним покушајима комуникације са другим световима изазвала/изазива узбуђење и неизвесност.

Закључак

Овај рад је написан у част 160 година од рођења нашег познатог научника. За такве величине као што је Никола Тесла увек је мало речи којим се може описати његов значај. Зато смо се у старту одредили да отворимо тему Тесле као аутентичне личности и бренда који је персонализован.

У првом делу рада, у најкраћим цртама изнели смо детаље који су нам привукли пажњу и дали инспирацију за анализирање Теслине личности и персонализације бренда под тим именом. Занимљив животопис, јединствени ставови и гледиште на проблеме човечанства, теме су које је Тесла отворио пре много година испред нас.

Као закључке можемо да истакнемо следеће ставке:

- Бренд Тесла дубоко је у свести потрошача „урезан” као синоним за генијалност, оригиналност и иновативност као апстрактне компоненте.
- У процесу брендинга маркетиншки стручњаци су добро проценили да је Тесла поуздан избор.
- Шира јавност према овом познатом научнику има позитиван однос који је базиран на поштовању и дивљењу.
- У антропоморфне особине Теслине личности могу се сврстати: иновативност, креативност, моћ имагинације, флуентност идеја, стваралачке фантазије, флексибилно мишљење, осећајност, хуманост, прецизност, мистичност, енергичност, постојаност, упорност, практичност, усамљеност, одмереност, скромност, јединственост.
- Бренд Тесла, према атрибутима личности, може се везати за компетентност, софистицираност, снагу и искреност.
- Тесла као име бренда је погодно и једноставно јер на различитим географским подручјима ствара поштовање и исте асоцијације на научника, иноватора и једног од генијалних људи у историји човечанства.
- То име је стога глобално прихватљиво.

На претраживачу „Гугл” под именом Никола Тесла се добије око 18.200.000 резултата, што указује да се о њему доста пише и да је у питању један од најпознатијих светских научника. Музеје са његовим именом сваког дана посети неколико хиљада посетилаца што доказује да су његов лик и дело непролазни. У складу са претходним текстом, проучавање личности нашег највећег проналазача, у контексту психологије, социологије, маркетинга и комуникаологије, сматрамо веома значајним, јер се интердисциплинарним истраживањима даје нови поглед и баца ново светло на живот, рад и целокупан допринос Николе Тесле, који остаје инспирација за наша будућа истраживања.

Литература:

- [1] Тесла, Никола (1996): *Проблем повећања људске енергије*; Нови Сад: Славија
- [2] Тесла, Никола (2011): *Моји изуми, Антологија српске књижености*; Београд: Учитељски факултет и компанија Мајкрософт.

Вебографија:

- [1] http://www.tesla-museum.org/meni_sl/nt.php?link=tesla/t, датум посете 19.6.2016.
- [2] <http://nikolatesla.io.ua/> датум посете 20.6.2016.
- [3] http://nikolatesla.io.ua/s30595/zivot_naseg_najveceg_naucnika_i_pronalazaca (датум посете 20.6.2016.)
- [4] <http://www.google.com/patents/US645576?hl=sr#v=onepage&q&f=false> (датум посете 21.6.2016.)
- [5] Извор: https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/marconi-facts.html (датум посете 24.6. 2016.)
- [6] <http://www.osnikolateslans.edu.rs/>, (датум посете 20.6.2016.)
- [7] <http://kpv.rs/?p=2516>, (датум посете 20.6.2016.)
- [8] <http://unionnikolatesla.edu.rs/>, (датум посете 20.6.2016.)
- [9] <http://www.ieent.org/prototip/pocetna.aspx> (датум посете 20.6.2016.)
- [10] http://www.tesla-museum.org/meni_sl/nt.php?link=tesla/t, (датум посете 20.6.2016.)
- [11] <http://www.ubnt.ni.ac.rs/>(датум посете 20.6.2016.)
- [12] <http://www.beg.aero/>, (датум посете 20.6.2016.)
- [13] <http://www.tent.rs/>(датум посете 20.6.2016.)
- [14] <https://www.tesla.com/models> (датум посете 20.6.2016.)
- [15] <http://tesla.info/sr/>(датум посете 20.6.2016.)
- [16] <http://www.tesla-capital.com/sr/managing> (датум посете 20.6.2016.)
- [17] <http://martinroll.com/resources/brand-glossary/> (датум посете 25.6.2016.)
- [18] <http://marketing-pr.fon.bg.ac.rs/webroot/uploads/Brand%20Management%20-%20Skripta.pdf> (датум посете 26.6.2016.)
- [19] http://www.art.rs/sr/prodaja/slika_skulptura/dragan_malesevic_tapi_tesla-5351/ (датум посете 20.6.2016.)
- [20] <https://www.prophet.com/thinking/topic/aaker-brands/> (датум посете 27.6.2016.)

Slobodan Vuletić, PhD

*Teachers' Association of the Republic of Serbia
Novi Sad*

TESLA – GENIUS PERSONALITY AND AUTHENTIC BRAND

Summary: *The complexity of Tesla's interesting personality lead us to the study of his character, on whose foundations he becomes a brand, which is gaining importance in education and science, civil aviation and engineering, energy production, manufacturing information and communication technology, culture, management and other areas. The common motivation for using this brand for a range of different products is the fact that Tesla is synonymous with innovation, quality and authenticity, which are, in terms of marketing, companies compete in different ways to create identity and recognition in the market.*

Keywords: NIKOLA TESLA, BRAND, MARKETING.