



РЕПУБЛИКА СРБИЈА  
УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ

МАШИНСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

На основу члана 35. став 2. Правилника о мастер академским студијама

## О Б А В Е Ш Т А В А

да ће студент **АЛЕКСАНДРА ВУЈОВИЋ**

дана **05.04.2024.** са почетком у **10,30** часова, у сали **401**

Машинског факултета у Нишу, бранити мастер рад под називом:

<b>ТЕМА</b>	<b>Стратегије позиционирања бренда М &amp; М's у индустрији кондиторских производа</b>
-------------	--

пред комисијом у саставу:

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

### РЕЗИМЕ МАСТЕР РАДА

У савременим условима пословања, обезбеђење сатисфакције и лојалности потрошача захтева од компаније развијање маркетинг односа са потрошачима. Потребне, жеље и сатисфакција потрошача су полазна основа свих маркетинг активности. Циљ компанија је креирање и одржавање дугорочних односа са потрошачима.

У овом раду, под називом *Стратегије позиционирања бренда М&М's у индустрији кондиторских производа*, је спроведено базично истраживање о идентитету и позицији овог глобалног бренда на српском, претежно нишком тржишту. Такође, приказује се перцепција потрошача о самом бренду и његовој вредности. Треба нагласити да је вредност тешко дефинисати и разумети, јер она представља субјективну категорију коју конкретни потрошач оцењује и упоређује са својим очекивањима.

Кључне речи: кондиторски производи, понашање потрошача, холистички приступ, маркетинг кампање, препознатљивост бренда.

У Нишу, 28.03.2024. године.