



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 **АЛЕКСА РАНЂЕЛОВИЋ**

дана **20.04.2026.** са почетком у **08,30 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Анализа маркетинг стратегије и брендирања компаније кафетерија
-------------	---

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Милош Милованчевић
Члан	проф. др Драган Милчић
Члан	проф. др Милена Рајић

РЕЗИМЕ

У овом дипломском раду анализира се компанија Кафетерија, један од водећих домаћих ланаца специјализованих кафића. Говори се о основним принципима и алатима који се користе у маркетингу, затим о бренду и на крају о самој компанији. У првом делу рада анализира се маркетинг окружење, односно фактори макроокружења кроз SLEPT и PEST анализу и фактори микроокружења кроз SWOT анализу. Затим се разматра маркетинг микс кроз анализу производа, цене, дистрибуције и промоције. Потом следи сегментација тржишта географска, демографска, психографска и бихејвиористичка сегментација, избор маркетинга, избор стратегије за позиционирање и перцептивна мапа бренда. На крају првог дела говори се о профилу потрошача, њиховом понашању и типовима куповине. У другом делу рада разматра се сам бренд и компанија Кафетерија кроз анализу оснивања, развоја бренда, визуелног идентитета, лога и слогана, вредности и корпоративне филозофије, ширења пословања, дизајна ентеријера, кључних предности, као и маркетиншких активности и стратегија којима Кафетерија гради свој положај на тржишту и однос са потрошачима. Закључци рада истичу да је Кафетерија постала један од најпрепознатљивијих модерних домаћих брендова у области угоститељства, позната по квалитету производа, препознатљивом визуелном идентитету и снажном маркетинг наступу. Конзистентност у брендирању, ширење пословања и фокус на корисничко искуство сврставају овај бренд међу најуспешније примере савременог брендирања у региону.

Кључне речи: Кафетерија, брендирање, маркетинг стратегија, визуелни идентитет, позиционирање, тржишна анализа.

Ниш, 15.04.2026.год.