



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 **ЈЕЛЕНА РАНЂЕЛОВИЋ**

дана **20.04.2026.** са почетком у **10,30 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Пројекат брендирања “ Jeka Fruit “
-------------	---

пред комисијом у саставу:

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

РЕЗИМЕ

Овај дипломски рад бави се анализом бренда и маркетиншких активности у предузећу „*Jeka Fruit*“, које се бави откупом, прерадом, складиштењем и извозом воћа. Основни циљ рада је да се прикаже значај брендирања, позиционирања производа и примене маркетиншких стратегија у савременом пословању, као и њихова примена на конкретном примеру пословања овог предузећа. Полазна хипотеза рада заснива се на претпоставци да квалитет производа, ефикасан производни процес и адекватне маркетинг активности значајно утичу на изградњу и јачање бренда и његову конкурентску позицију на тржишту. Рад је подељен на теоријски и практични део. У теоријском делу рада обрађени су појмови и значај бренда, историјски развој брендирања, као и основне стратегије позиционирања и диференцирања производа и услуга. Посебна пажња посвећена је улози бренда у стварању конкурентске предности и изградњи лојалности потрошача. Практични део рада односи се на анализу пословања предузећа „*Jeka Fruit*“. У оквиру овог дела приказани су историја и развој компаније, производни програм, процес брендирања, као и позиционирање бренда на тржишту. Поред тога, у раду су примењени аналитички алати као што су SWOT и PESTEL анализа, као и анализа маркетинг микса (4P), којима су идентификовани кључни фактори који утичу на пословање и развој бренда. Резултати спроведене анализе показују да предузеће „*Jeka Fruit*“ поседује значајне предности у погледу квалитета производа и организације производње, али и одређене слабости у области маркетинга и препознатљивости бренда. Посебно је уочено да је предузеће у већој мери оријентисано ка иностраном тржишту, док на домаћем тржишту постоји простор за унапређење видљивости и ширење продаје. На основу добијених резултата предложене су мере за унапређење пословања и даљи развој бренда, које обухватају јачање маркетиншких активности, унапређење визуелног идентитета, проширење производног асортимана и јачање присуства на домаћем и иностраном тржишту. Закључак рада указује на значај систематичног приступа брендирању и маркетингу у циљу јачања конкурентске позиције предузећа. Пример компаније „*Jeka Fruit*“ показује да правилно управљање брендом, висок квалитет производње и дугогодишње искуство у пословању могу допринети успешном позиционирању на тржишту.

Кључне речи: бренд, брендирање, позиционирање бренда, маркетинг микс, SWOT анализа, PESTEL анализа, *Jeka Fruit*. Ниш,

15.04.2026. год.