



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 МИТРОВИЋ**

дана **23.07.2026.** са почетком у **11,00 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Примена пројектног менаџмента у дефинисању маркетинг стратегије и брендирања компаније “ Imlek ”
-------------	---

пред комисијом у саставу:

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

РЕЗИМЕ

У овом дипломском раду анализира се стратегија и брендирање компаније Имлек, једне од најзначајнијих компанија у прехранбеној индустрији Србије и региона. Рад обухвата анализу маркетинг окружења, маркетинг микса, сегментације тржишта, позиционирања бренда, понашања потрошача и маркетиншких активности компаније са циљем да се утврде кључни фактори њеног дугогодишњег тржишног успеха. У првом делу рада анализирају се фактори маркетинг окружења кроз ПЕСТ и SWOT анализу, са посебним освртом на макро и микро факторе који утичу на пословање компаније Имлек. Након тога анализира се маркетинг микс компаније кроз производ, цену, дистрибуцију и промоцију, чиме се осветљава начин на који компанија балансира квалитет асортимана и ценовну политику. Други део рада обухвата сегментацију тржишта, профил потрошача и анализу понашања купаца. Посебна пажња посвећена је начину на који компанија Имлек гради дугорочне односе са потрошачима, управља њиховом лојалношћу и одржава висок ниво препознатљивости бренда у условима оштре регионалне конкуренције. У завршном делу рада анализирају се бренд стратегија компаније, визуелни идентитет, дигитални маркетинг, друштвено одговорно пословање и најзначајније маркетиншке кампање које су обликовале имиџ предузећа. Закључци рада указују на то да је Имлек један од најпрепознатљивијих домаћих брендова захваљујући дугогодишњем присуству на тржишту, константним иновацијама у производном програму, врхунском квалитету производа, снажној дистрибутивној мрежи и континуираном, стратешком улагању у маркетинг и брендирање.

Кључне речи: Имлек, брендирање, маркетинг стратегија, маркетинг микс, позиционирање, потрошачи.

Ниш, 16.07.2026.год.