



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 **АНИЦА АНЂЕЛКОВИЋ КРСТИЋ**

дана **28.09.2026.** са почетком у **10,30 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити мастер рад под називом:

ТЕМА	Примена софтвера пројектног менаџмента на примеру изградње лојалности потрошача бренду Aura
-------------	--

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Миодраг Милчић
Члан	проф. др Милош Милованчевић
Члан	проф. др Драган Милчић

РЕЗИМЕ

Овај мастер рад бави се применом софтвера пројектног менаџмента у планирању, реализацији и контроли подухвата изградње лојалности потрошача бренду, на конкретном примеру домаћег козметичког бренда Аура. Полазна претпоставка рада јесте да се изградња лојалности, која се у маркетиншкој литератури најчешће посматра као континуиран процес, може успешније водити уколико се структурира као формални пројекат са јасно дефинисаним обимом, активностима, ресурсима, роковима и мерљивим показатељима успешности, уз ослонац на савремене софтверске алате за пројектни менаџмент.

У теоријском делу рада приказани су појам, развој и значај пројектног менаџмента, фазе животног циклуса пројекта, водећи стандарди и методологије (PMBOK, PRINCE2, агилни приступи), као и преглед и класификација софтверских алата за пројектни менаџмент (Microsoft Project, Asana, Trello, Jira, Monday.com), са њиховим кључним функционалностима. Посебан теоријски сегмент посвећен је концепту лојалности потрошача бренду, Оливеровом фазном моделу и факторима који утичу на њено формирање, чиме се лојалност дефинише као циљ пројектног подухвата.

Емпиријски део рада обухвата две комплементарне целине. Прва приказује разраду пројекта изградње лојалности бренду Аура применом софтвера пројектног менаџмента, укључујући повељу пројекта, структуру рашчлањених послова (WBS), термински план са гантограмом, план ресурса и буџета, регистар ризика и систем кључних показатеља успешности. Друга целина заснива се на анкетном истраживању спроведеном на узорку од 37 потрошача упознатих са брендом Аура, чији резултати служе за дефинисање обима пројекта и утврђивање полазног нивоа лојалности.

Резултати показују да примена софтвера пројектног менаџмента знатно повећава прегледност, координацију и контролу активности на пројекту изградње лојалности, док анкетно истраживање потврђује да су дигитални канали комуникације и емоционална повезаност са брендом значајни покретачи лојалности потрошача бренду Аура. На основу добијених налаза формулисане су практичне препоруке за пројектно вођено унапређење односа бренда са потрошачима.

Кључне речи: пројектни менаџмент, софтвер пројектног менаџмента, WBS, гантограм, лојалност потрошача, бренд Аура.

Ниш, 22.09.2026.год.