



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 **ЕМИЛИЈА ЂОРЂЕВИЋ**

дана **08.05.2026.** са почетком у **12,30 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

|             |  |
|-------------|--|
| <b>ТЕМА</b> | <b>Примена пројектног менаџмента у компанији ‘‘ Lagerton ‘‘ d.o.o.</b> |
|-------------|--|

пред комисијом у саставу:

|               |                             |
|---------------|-----------------------------|
| <b>Ментор</b> | проф. др Драган Милчић      |
| <b>Члан</b>   | проф. др Милош Милованчевић |
| <b>Члан</b>   | проф. др Милена Рајић       |

**РЕЗИМЕ**

У овом дипломском раду анализирана је примена пројектног менаџмента у реализацији дигиталних маркетиншких кампања у компанији „Лагертон“ д.о.о. из Ниша, предузећа које се бави увозом и veleпродајом машинских елемената, овлашћеног дистрибутера водећих светских брендова попут SKF, NSK, HIWIN и LOCTITE. Рад је конципиран као комбинација теоријског и експерименталног истраживања, са посебним нагласком на студији случаја сарадње компаније са дигиталном маркетиншком агенцијом Webility током периода од 2022. до 2026. године. Теоријски део рада обухвата основне концепте пројектног менаџмента, његове фазе и методологије, као и специфичности примене у области дигиталног маркетинга. Експериментални део темељи се на анализи реалних података из Google Ads, Meta Ads и LinkedIn Ads кампања „Лагертона“, примени SIPOC модела за мапирање процеса, као и на идентификацији уских грла у постојећем систему. На основу спроведене анализе, формулисана су три пројектна предлога за унапређење: оптимизација мобилне верзије сајта, увођење email маркетинга као новог канала комуникације и реалокација буџета између Facebook и Instagram платформи. Резултати рада показују да структурирана примена пројектног менаџмента у дигиталним маркетиншким активностима води до мерљивог побољшања кључних индикатора перформанси: повраћаја улагања у оглашавање (ROAS), броја конверзија и смањења цене по акцији. Препоруке произашле из овог рада могу послужити као основа за стратешко планирање даљих маркетиншких активности компаније „Лагертон“, али и као модел за друга мала и средња предузећа у индустријском сектору.

**Кључне речи:** пројектни менаџмент, дигитални маркетинг, SIPOC анализа, кључни индикатори перформанси, студија случаја.

Ниш, 29.04.2026.год.