



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 **ЂУРЂЕВИЋ ЂОРЂЕ**

дана **20.01.2023.** са почетком у **9,00 часова**, у сали **401**,  
Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

<b>ТЕМА</b>	<b>Анализа бренда компаније “Apple”</b>
-------------	---

пред комисијом у саставу:

<b>Ментор</b>	проф. др Милош Милованчевић
<b>Члан</b>	доц. др Милена Рајић
<b>Члан</b>	доц. др Зорана Костић

### Резиме

Бренд данас представља врло важан извор глобалне корпоративне конкурентности и моћно средство за задржавање постојећих и привлачење нових купаца.

Пословни успех детерминишу добри односи са купцима, профитабилни на дужи рок, што директно условљава повећање профита. Користи од постојања бренда свакако имају и купци, који брендом идентификују извор производа, односно произвођача.

Бренд није само име и заштитни знак. Он је „обећање“ сваком купцу јер интегрише квалитет и карактеристике производа, имиџ и репутацију, целокупно понашање предузећа и искуства купаца. Проблематика бренда је данас најзначајнија функција маркетинга, која се не рађа преко ноћи, већ је резултат напорног рада, улагања и времена.

У раду је дат пример компаније „Apple“ и специфичности њеног бренда, за које многи сматрају да је највише заслужан оснивач ове компаније Стив Џобс.

**Кључне речи:** бренд, конкурентност, Apple, Стив Џобс

17.01.2023. године