

SADRŽAJ

SPISAK SLIKA	III
SPISAK TABELA	V
SPISAK PRIMERA.....	VII
Predgovor	1
1. Uvod.....	3
2. Principi prognoziranja u telekomunikacijama	7
2.1. Svrha i oblast prognoziranja	7
2.2. Uloga prognoziranja u procesu planiranja.....	10
2.3. Proces prognoziranja	14
3. Telekomunikaciono tržište.....	17
3.1. Marketing u telekomunikacionim kompanijama	19
3.2. CRM u telekomunikacionim kompanijama.....	21
3.2.1. Arhitektura CRM	24
3.2.2. Implementacija CRM strategije	25
3.3. Mobilni marketing	27
3.4. Segmentacija tržišta.....	31
3.4.1. Faktori koji utiču na korisničku tražnju	35
3.4.2. Životni ciklus servisa/proizvoda	35
4. Metode prognoziranja	37
4.1. Nestatističke metode.....	39
4.2. Statističke metode.....	41
5. Prognoziranje tražnje novih telekomunikacionih servisa.....	45
5.1. Koncept prognoziranja tražnje telekomunikacionih servisa...45	
5.2. Modeli prognoziranja tražnje novih servisa/proizvoda bazirani na istraživanju tržišta	47
5.2.1. <i>Bases II</i> model	52

5.2.2.	ASSESSOR model	54
5.2.3.	Namera kupovine	61
5.2.4.	ATAR model	62
6.	Difuzioni modeli	67
6.1.	"S" oblik životnog ciklusa servisa/proizvoda	69
6.2.	Logistički model	70
6.2.1.	Logistički model definisan na osnovu dve tačke	72
6.2.2.	Logistički model definisan u jednoj tački	75
6.2.3.	Nedostaci logističkog modela	75
6.3.	Richards-ov model	76
6.4.	Rogers-ov model sa klasičnom normalnom raspodelom	77
6.5.	Bass-ov difuzioni model	78
7.	Karakteristike Bass-ovog modela	81
7.1.	Procena parametara Bass-ovog modela	85
7.1.1.	Eksplicitno određivanje parametara Bass-ovog modela	87
7.1.2.	Određivanje parametara Bass-ovog modela pre uvođenja novog servisa/proizvoda na tržište	92
7.2.	Kritična masa difuzije novih servisa/proizvoda	94
8.	Modifikacije Bass-ovog modela	97
8.1.	Generalizovani Bass-ov model	99
8.2.	Dvofazni difuzioni model	104
8.3.	Norton-Bass-ov model	109
8.4.	Modifikacija Bass-ovog modela za konkurentsko tržište	114
8.5.	Multinacionalni difuzioni modeli	121
9.	Difuzioni modeli sa promenljivim potencijalom tržišta	125
9.1.	Model sa etapnim rastom potencijala tržišta	126
9.2.	Potencijal tržišta u zavisnosti od raspoloživosti infrastrukture telekomunikacione mreže	132
9.3.	Model sa primarnim i dodatnim servisom/proizvodom	136
10.	Uticaj tržišnih faktora na proces difuzije novih servisa/proizvoda	139
10.1.	Uticaj tržišnih faktora na parametar inovacije	140
10.2.	Uticaj tržišnih faktora na parametar imitacije	142
	Literatura	145
	Spisak skraćenica	151
	Spisak oznaka	153
	Spisak pojmova	157
	Beleška o autorima	159