

<<电力营销服务与电价体系>>

图书基本信息

书名：<<电力营销服务与电价体系>>

13位ISBN编号：9787508348926

10位ISBN编号：7508348923

出版时间：2007-4

出版时间：中国电力

作者：曾鸣

页数：384

字数：323000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电力营销服务与电价体系>>

内容概要

本书分为绪论、电力市场营销的相关概念及策略研究、电力市场营销方案的效益评价模型及方法、电力营销辅助决策支持系统的研发、电力客户关系管理理论及其应用、供电企业差异化服务理论及其应用、客户信用管理理论及应用、大客户经理制在供电企业的应用、供电服务质量评价理论及应用、市场环境下峰谷分时电价优化理论研究、峰谷分时电价优化理论的实证分析、上网电价与销售电价联动的理论研究、可中断负荷及其激励机制研究、基于结构优化的两部制电价设计研究、高可靠性电价机制与实施方案设计研究等十五章，阐述了电力营销、电力服务、电价机制三方面的理论和应用实例。

本书可供电力营销部门的管理人员及从事电价理论研究、电价管理的专业人员学习参考，亦可供电力专业的师生阅读和参考。

<<电力营销服务与电价体系>>

书籍目录

第一章 绪论第二章 电力市场营销的相关概念及策略 第一节 市场营销的基本理论 第二节 电力市场营销的基本理论 第三节 电力市场营销与需求侧管理的区别及联系 第四节 电力市场营销方案的制定过程第三章 电力市场营销方案的效益评价模型及方法 第一节 电网企业的盈亏平衡分析及降价空间研究 第二节 营销方案的经济效益评价模型及方法第四章 电力营销辅助决策支持系统的研发 第一节 模块设计 第二节 模块划分 第三节 数据结构 第四节 开发实例第五章 电力客户关系管理理论及应用 第一节 客户关系管理理论及相关技术 第二节 电力客户关系管理系统第六章 供电企业差异化服务理论及应用 第一节 差异化服务的基本理论 第二节 供电差异化服务案例分析 第三节 供电差异化服务规范与建议第七章 客户信用管理理论及应用 第一节 客户信用管理理论概述 第二节 供电企业客户信用评级技术 第三节 客户信用管理案例分析第八章 大客户经理制在供电企业的应用 第一节 客户经理制的实践 第二节 供电企业客户经理制的应用第九章 供电服务质量评价理论及应用第十章 电力市场环境下峰谷分时电价优化理论研究 第一节 峰谷分时电价概述 第二节 峰谷分时电价优化分析的基础理论 第三节 峰谷分时电价优化的模型与方法第十一章 峰谷分时电价优化理论及实证分析 第一节 峰谷分时电价优化理论在省级电力市场的实证分析 第二节 峰谷分时电价优化理论在区域电力市场的实证分析 第三节 峰谷分时电价优化的软件系统开发第十二章 上网电价与销售电价联动理论及实证分析 第一节 上网电价与销售电价联动的基本理论 第二节 上网电价与销售电价联动理论的实证分析第十三章 可中断负荷及其激励机制研究 第一节 可中断负荷概述 第二节 可中断负荷的实施效益分析 第三节 可中断负荷实施方案的设计第十四章 基于结构优化的两部制电价设计研究第十五章 高可靠性电价机制与实施方案研究参考文献

<<电力营销服务与电价体系>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>