第一图书网, tushu007.com

<<电力市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<电力市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787508350202

10位ISBN编号：7508350200

出版时间：2007-2

出版时间：中国电力出版社

作者：刘秋华

页数：156

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

内容概要

本书为普通高等教育十一五规划教材，系统介绍了电力市场营销管理理论。
全书共分十二章，分别介绍了以下八个方面的内容：电力市场与电力市场营销；电力市场营销的两项基础工作：包括电力市场调查与电力需求预测；电力购买行为分析；电力市场细分与目标电力市场选择；电力营销策略：包括电力产品与服务策略、电价策略、不同电力市场模式下的电力销售渠道以及电力促销策略；电力市场营销组织计划控制；电力需求侧管理；电力市场营销技术支持系统等。
　本书除作为普通高等院校电力市场营销专业教学用书外，也可作为高等成人教育相关专业的参考教材，并可供从事电力市场营销管理的有关人员参考。

<<电力市场营销管理>>

书籍目录

前言第一章　电力市场与电力市场营销　第一节　电力市场概述　第二节　电力市场营销概述　第三节　电力市场营销观念　本章小结第二章　电力市场调查　第一节　电力市场调查的作用和特点　第二节　电力市场调查的内容　第三节　电力市场调查的步骤　本章小结第三章　电力需求预测　第一节　电力需求预测概述　第二节　电力需求的传统预测技术　第三节　电力需求的回归预测技术　第四节　电力需求的时间序列预测技术　第五节　电力需求的现代预测技术　本章小结第四章　电力市场细分与目标电力市场　第一节　电力市场细分　第二节　目标电力市场　第三节　目标电力市场定位　本章小结第五章　电力购买行为分析　第一节　电力消费者购买行为分析　第二节　电力产业购买行为分析　本章小结第六章　电力产品与服务策略　第一节　电力产品与产品生命周期策略　第二节　电能质量　第三节　供电服务策略　第四节　电力品牌与商标策略　本章小结第七章　电价策略　第一节　电价的构成及其影响因素　第二节　制定电价的方法　第三节　电价策略　本章小结第八章　电力市场运营模式与电力销售渠道　第一节　电力市场运营模式　第二节　电力销售渠道　本章小结　第九章　电力促销策略　第一节　电力促销概述　第二节　人员推销策略　第三节　广告策略　第四节　公共关系策略　第五节　电力营业推广策略　本章小结第十章　电力市场营销组织、计划与控制　第一节　电力市场营销组织的演变　第二节　电力市场营销计划　第三节　电力市场营销计划控制　本章小结第十一章　电力需求侧管理　第一节　电力需求侧管理概述　第二节　电力需求侧管理手段　第三节　国外电力需求侧管理简介　本章小结第十二章　电力市场营销技术支持系统　第一节　电力营销管理信息系统　第二节　电力客户服务技术支持系统　第三节　电力自动抄表与客户交费支持系统　第四节　电力负荷管理系统　本章小结参考文献

第一图书网, tushu007.com

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