

<<电力市场营销>>

图书基本信息

书名：<<电力市场营销>>

13位ISBN编号：9787508358260

10位ISBN编号：7508358260

出版时间：2007-7

出版时间：中国电力

作者：杨剑平

页数：186

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>

## <<电力市场营销>>

### 内容概要

《电力市场营销》为全国电力职业教育规划教材。

全书共分为13章，主要内容有电力市场营销概述，电力市场营销环境分析，购买者行为分析，电力市场营销调研，市场细分、目标市场和市场定位，产品策略，价格策略，分销策略，促销策略，市场营销的竞争策略，电力服务营销，电力客户关系管理，电力需求侧管理。

《电力市场营销》可作为高职高专院校电力技术类专业的教材，也可作为电力系统的培训教材，并可供从事电力市场营销工作的人员学习、参考。

## &lt;&lt;电力市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 电力市场营销概述第一节 电力市场营销的概念、研究对象与体系第二节 电力市场营销哲学的形成与特点分析第三节 市场营销的核心概念及其对电力市场营销的影响讨论与思考第二章 电力市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 微观环境第三节 宏观环境讨论与思考第三章 购买者行为分析第一节 消费者购买行为第二节 组织市场和购买者行为讨论与思考第四章 电力市场营销调研第一节 电力市场营销调研的重要性和作用第二节 电力市场调研的类型及内容第三节 电力市场调研的步骤和方法第四节 电力市场营销信息系统讨论与思考第五章 市场细分、目标市场和市场定位第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位讨论与思考第六章 产品策略第一节 产品与品牌第二节 产品生命周期理论讨论与思考第七章 价格策略第一节 影响产品定价的主要因素第二节 产品定价的主要方法第三节 定价的技巧第四节 价格调整策略讨论与思考第八章 分销策略第一节 分销渠道的概念、结构和类型第二节 中间商的种类第三节 营销渠道的管理讨论与思考第九章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告策略第三节 人员推销第四节 营业推广第五节 公共关系讨论与思考第十章 市场营销的竞争策略第一节 竞争者分析第二节 企业的竞争定位及竞争战略讨论与思考第十一章 电力服务营销第一节 服务的含义第二节 电力服务营销讨论与思考第十二章 电力客户关系管理第一节 电力客户关系管理的必要性第二节 客户关系管理的功能和目标第三节 客户关系管理在电力行业的发展和应用讨论与思考第十三章 电力需求侧管理第一节 电力需求侧管理的概述第二节 电力需求侧管理的内容和手段第三节 电力需求侧管理的国内外发展第四节 需求侧管理效益评估方法介绍讨论与思考参考文献

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>