

<<能源营销>>

图书基本信息

书名：<<能源营销>>

13位ISBN编号：9787502173395

10位ISBN编号：7502173390

出版时间：2009-12

出版时间：石油工业出版社

作者：DeniseWarkentin

页数：97

译者：王新元

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>

<<能源营销>>

内容概要

《石油科技知识系列读本：能源营销》是《石油科技知识系列读本>中的一本。书中主要介绍了能源产品的市场营销，即能源营销的定义、能源电子商务、能源批发以及电力与天然气行业整合情况，并且介绍了能源营销过程中的风险控制。

《石油科技知识系列读本：能源营销》可供从事能源营销的专业人员、大学本科生、研究生参考。

<<能源营销>>

书籍目录

1 绪论1.1 能源行业是服务行业吗1.2 能源是一种商品吗1.3 前进的道路2 能源营销简介2.1 市场决定能源的种类2.2 顾客至上的市场2.3 营销模式3 能源行业的改革3.1 历史事件的影响3.2 解除管制和改革的作用3.3 天然气行业的改革3.4 电力行业的改革3.5 《公用事业控股公司法》(PUHCA)的历史3.6 《公用事业管制法》3.7 《国家能源政策法》3.8 联邦能源管制委员会(FERC)颁布历史性的最终规定3.9 对于其他行业的示范作用4 天然气行业和电力行业间的相互影响4.1 天然气产品和电力产品4.2 天然气行业与电力公用事业的比较4.3 电力行业的解除管制将如何影响天然气行业4.4 价格竞争4.5 天然气行业面临的挑战4.6 天然气行业的机遇5 零售转输5.1 转输是什么5.2 关于零售转输的规定5.3 全国范围的零售转输探索5.4 各州将零售转输放在议程的首位5.5 试点工程5.6 零售转输的反对者和支持者5.7 零售转输盛行的原因5.8 政策疑问5.9 成本和收益5.10 成本回收6 批发转输6.1 历史背景6.2 能源政策法案及其含义6.3 独立发电商的作用6.4 热电联供6.5 非公用事业发电商6.6 市场影响6.7 传输连接7 联合和特别市场营销7.1 能源服务公司7.2 能源服务公司(ESCO)的范例7.3 合作与兼并8 通过电子能源交易系统买卖电力8.1 交易自动化8.2 下一小时电子交易系统9 竞争环境中的风险管理9.1 行业内的风险9.2 所需要的新的商业战略9.3 经销商和经纪人的作用9.4 金融市场的先进性:美国纽约商品交易所(NYMEX)9.5 使用期货的原因9.6 结论附录词汇表参考文献

章节摘录

《联邦政策法》（FPA）通过两个非常重要的途径受到了

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>