

الملخص

دينيس، عام 2013 عنوان: " جهود بناء المعرفة في تحسين تسويق المنتجات الاستهلاكية التعاونية .،، أطروحة
"الإسلامية المحمدية مالانغ جاوا الشرقية السرخس
المشرف: Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag.

كلمات البحث: العلوم الاستهلاكية والمنتجات الشريعة، التعاونية

بدأ نمو التعاونيات باعتبارها مؤسسة للتمويل الأصغر الإسلامي وجودها في منتصف المنافسة مع المؤسسات في .واحدة من التعاونيات الإسلامية في مدينة المحمدية مالانغ جاوا الشرقية هو التعاونية المالية التقليدية استراتيجية التسويق للحصول على المستهلكين، وذلك باستخدام التسويق المباشر (عرض التعاون) للجمهور لكن الظروف الحقيقية التي تحدث في هذا المجال، بما في ذلك معظم الناس الذين يختارون التعاونية .والوكالات .لا تزال تتأثر في الغالب من قبل العاطفة الدينية الإسلامية يست عقلائية مبنية على فهم جيد للمنتجات والغرض من هذه الدراسة هو وصف كيف أن الجهود المبذولة لبناء المعرفة التعاونية الاستهلاكية المحمدية في جاوة الشرقية في تسويق المدخرات التمويل الإسلامي والتسويق من أجل تحسين منتجاتها، وكيف أن الآثار تم الحصول على .يستخدم هذا البحث أسلوب نوعي وصفي .المرتبة على الجهود المبذولة لبناء المعرفة المستهلك وقد تم تطوير صحة البيانات في هذه الدراسة .بيانات من هذه الدراسة من خلال المقابلة، الملاحظة، والوثائق .تقنية التثليث المستخدمة في هذه الدراسة هو التثليث والتثليث من مصادر البيانات .باستخدام التثليث وأظهرت النتائج أن قبل تحديد استراتيجية التسويق، والتعاونية المحمدية جاوة أداء مجموعة متنوعة من بعد الاطلاع على مختلف الاعتبارات الكامنة وراء ذلك، ثم وضع استراتيجية .التحليلات، داخليا وخارجيا .التسويق التي تشمل الأهداف، وتنفيذ، والرسائل، ووسائل الإعلام، والجمهور، والوقت، والميزانية، والتقييم المحمدية التعاونية في جاوة الشرقية لبناء المعرفة الاستهلاكية وأوضح أنواع المعرفة المستهلك من معرفة المنتج، التعاونية المحمدية جاوة اقتراح قيمة .وفقا لنظرية لمفهوم المعرفة المستهلك .المعرفة من الشراء، واستخدام المعرفة على الرغم من المحمدية التعاونية جافا باستخدام بعض الجوانب، ولكن .تطبق في محاولة لبناء المعرفة المستهلك هناك الجوانب التي يفضل من أجل بناء المعرفة المستهلك من منتجات البناء المعرفة مع إدخال منتجاتها في شكل عروض التعاون