

المستخلص

ويوبك فطرية العارفة . 2008 البحث العلمي. الموضوع : "استراتيجية اختلاط الترويج في تنمية عدد مرشح الأعضاء في الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج".

المشرف: الدكتور الحاج سالم العدروس الماجستير.

النقطة الجوهرية : اختلاط الترويج، التعاونية، عدد مرشح الأعضاء.

إن اختلاط الترويج اندماج الاعلان المخصص و الترويج و البيع و معاملة المجتمع و التسويق الشخصي الذي يستعملها شركة لمواصلة قيمة اختلافات بطريق دعاوة و بناء معاملة الزبائن. الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج كالجمعية التعاونية الشرعية ما زالت الجديدة و الغربية عند آذان المجتمع لذلك عدد مرشح أعضاء الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج ما زال سكان في حولها. مع ذلك ينبغي عليها أن تعمل الاستراتيجية المستعملة المؤثرة لتنمية عدد مرشح الأعضاء. و بملاحظة الظاهرة الموقعة تدفع فاحصة لأخذ الموضوع " الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج".

و هدف هذا البحث معرفة استراتيجية اختلاط الترويج المستعملة في بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية سيدوغيري فرع مالانج في تنمية عدد مرشح الأعضاء و تأثيرها في الجمعية التعاونية. هذا البحث يستعمل منهج الوصفي الكيفي . و البيانات من هذا البحث مأخوذ بتحقيق المقابلة و المراقبة و التدوين.

و نتيجة هذا الفحص تدل علي أن استراتيجية اختلاط الترويج المستعملة في الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج هي الاعلان و البيع بالمواجهة ترتفع . سنة 2008-2009 20 % و في السنة 2009-2010 40% و في السنة 2010-2011 41% . لذلك أن الاعلان و البيع بالمواجهة صيب في عون تنمية عدد مرشح الأعضاء استراتيجية اختلاط الترويج في تنمية عدد مرشح الاعضاء في الجمعية التعاونية (بيت المال و التمويل – اعمال الانظام الاندماجية) سيدوغيري فرع مالانج.