

المستخلص

سر الباري. 2015. استراتيجية التكاملية الإتصالية التسويقية في بناء على حق الملكية من الرمز السيارات "تويوتا افنزا" (دراسة على الشركة العالمية- استرى - 2000 auto تويوتا لفرعية في مدينة سوكون بمالانج) البحث الجامعي."

المشرفة : يايوك سري رهايو الماجستير

الكلمات الرئيسية : التكاملية الإتصالية التسويقية - حق الملكية من الرمز السيارات

تنافسية في عالم التسويق الضيق، إذا بين الشركة الكبير والصغير تبحتان بعضها بعض طريقة مناسبة لإتصالي المجدي الفعال على المجتمع خاصة في مجال سيارات. في هذا المجال توفير من شكل الإتصالي وكثير من الناس أن تسألوا عن الإتصالية الفرقية وكثير منهم أن ينتقلوا إلى التسويقية التكاملية. سيارة أفنزا أحد من الرمز سيارات التي لديها حق الملكية القوية في بلادنا إندونيسية. لذلك سيقوم الباحث ببحثه عن استراتيجية التكاملية الإتصالية التسويقية في بناء على حق الملكية من الرمز السيارات "تويوتا افنزا".

إن المدخل المستعمل في هذا البحث هو المدخل الكيفي الوصفي. مواضيع البحث في هذا البحث هو مشرف المبيعات ومبيعات ومستهلك وتحليل البيانات في هذا البحث هو بتنظيم البيانات ثم توضيح وحدة إلى وحدة ثم ترتيب إلى أنماط ثم اختيار شيئاً الذي مدروسة و تلخيص البيانات. وأما لجمع البيانات في هذا البحث باستخدام ملاحظة والمقابلة والوثائق والتثليث و تحليل لبيانات المستخدمة في هذا البحث هو التحليل القبلي من الميدانية والتحليل حول الميدانية باستخدام طريقة ميلس وهبورمان، اختزال البيانات، تقديم البيانات وتحقيق البيانات.

وأما نتائج هذا البحث يشير أن التكاملية الإتصالية التسويقية في بناء على حق الملكية من الرمز السيارات "تويوتا افنزا" في الشركة العالمية- استرى - 2000 auto تويوتا لفرعية في مدينة سوكون بمالانج يعمل في شكل الإتصالية التسويقية منها: المبيعات الفردية، دعائية، اعلان، ترويج المبيعات، التسويقية في كفيل والإتصالية في مكان شراء ثم العلاقات العامة. إذا تلخيص في هذا البحث هو ان استراتيجية التكاملية الإتصالية التسويقية في تلك الشركة قادر في بناء جعلى ق الملكية من الرمز السيارات "تويوتا افنزا".