

محتويات البحث

د	إقرار
هـ	اعتماد المشرف
و	اعتماد العميد
ز	تقرير لجنة مناقشة الرسالة
ح	الإهداء
ط	من هدى القرآن الكريم
ي	ملخص (باللغة إندونيسية)
ك	ملخص (باللغة عربية)
ل	كلمة الشكر
ن	محتويات البحث
ص	محتويات جدول
ق	محتويات رسم البيان

الباب الأول: مقدمة

١	أ. خلفية البحث
٣	ب. تحديد المسألة
٤	ج. أهداف البحث
٤	د. أهمية البحث
٥	هـ. منهج البحث

الباب الثاني: البحوث السابقة والإطار النظر

١١	أ. البحوث السابقة
١٤	ب. الإطار النظري
١٤	١. استراتيجية تنمية المنتجات
١٨	٢. استراتيجية التسويق
٢٢	٣. المنتج
٢٤	٤. الأزياء الإسلامية
٢٧	ج. الإطار النظري للبحث

الباب الثالث: البحث

٢٩	أ. وصف موضوع البث
٢٩	١. نبذة تاريخ عن المؤسسة
٣١	٢. موقع المؤسسة
٣١	٣. الهيكل التنظيمي
٣٢	٤. واطفة كل قسم:
٣٤	ب. التنمية المنتاجات الحمل الحراري أليف
	ج. الاستراتيجية التسويق المنتجات الحمل الحراري أليف
٤٤	باستخدام تحليل القوة والضعف والفرص والمخاطر
٤٥	١. عامل الاستراتيجية الداخلية
٤٥	٢. عامل الاستراتيجية الخارجية

٣. صياغة استراتيجية بمصفوفة القوة، الضعف، الفرص،

والمخاطر ٤٥

٤. مصفوفة القوة والضعف والفرص والمخاطر ٥٠

الباب الرابع: الإختتام

أ. الإستنبات ٥٣

ب. اقتراح ٥٣

محتويات الجدول

٩	جدول ١ .١ مصفوفة القوة، الضعف، الفرص، والمخاطر
١٢	الجدول ١,١ مصفوفة القوة، الضعف، الفرص، والمخاطر
٤٢	الجدول ٣,١ مكونات الإنتاج
٥٣	الجدول ٣,٢ عامل الداخلية والخارجية
٥٥	الجدول ٣,٣ مصفوفة القوة والضعف والفرص والمخاطر

محتويات رسم البياني

٣١	رسم البياني ٢,١ استراتيجية الشركة لتبيع المنتجات
٣١	رسم البياني ٢,٢ التحليل استراتيجية التنمية المنتج
٣٢	رسم البياني ٢,٣ التحليل استراتيجية التسويق المنتج
٣٦	رسم البياني ٣,١ الهيكل التنظيمي