

عنوان فارسی مقاله :

بازاریابی محصولات بهداشتی بهتر برای شما در مسئله جدید چاقی مردان

عنوان انگلیسی مقاله :

The marketing of better-for-you health products in the emergent issue of men's obesity



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

**APPLYING THE MARKETING PRINCIPLES OF FILTERED CIGARETTES TO FOOD AND BEVERAGE**

The 1960s and 1970s witnessed a dramatic diversification in tobacco industry interests. This was prompted in part by a desire to invest in capital growth opportunities (Didrichsen, 1972). It was accompanied by what George Yip describes as 'the motivation, the means, and the management skills for expansion' (Yip, 1982). Diversification was also prompted by fears about the future of the tobacco industry in the face of growing health concerns. As Jon Didrichsen writes: 'Tobacco companies follow[ed] a defensive diversification strategy in anticipation of the possibility of a decline in the tobacco industry as a result of the issue of the effect of smoking on health' (Didrichsen, 1972).



استفاده از اصول بازار یابی سیگار های فیلتر دار تا غذا و مشروبات

1960 و 1970 شاهد تنوع زیادی در توجه به صنعت تنبکو بوده است این خود تا حدودی ناشی از تلاش برای سرمایه گذاری در فرصت های رشد سرمایه بوده است (Didrichsen, 1972). سپس در این حالت جورج یوب نوآوری ابزار و مهایت های اندازه گیری را برای توسعه عنوان می کند (Yip 1982). تنوع تحت تاثیر ترس از آینده در مورد صنعت تنباکو در مواجهه با نگرانی های رو به رشد سلامتی بوده اند به گفته ی جان دریجسن شرکت های تنباکو از راهبرد تنوع دفاعی در پیش بینی احتمال کاهش و تنزل صنعت تنباکو به دلیل مسئله ی اثر تنباکو بر سلامتی استفاده می کنند (Didrichsen, 1972).

## توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.