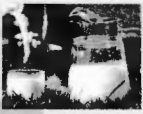




# Obsah

Predslov .....	7
<b>1 kapitola//Miroslava Kačániová</b>	
Mikrobiologické ukazovatele údených a neúdených mliečnych výrobkov, bryndze a mlieka a identifikácia mikroorganizmov hmotnostnou spektrometriou .....	9
1.1 Metodický postup .....	11
1.1.1 Odber vzoriek mliečnych výrobkov z kravského mlieka .....	11
1.1.2 Izolácia a kultivácia mikroorganizmov .....	12
1.1.3 Rekultivácia a čistenie kultúr .....	17
1.1.4 Identifikácia mikroorganizmov .....	18
1.1.5 Príprava roztoku MALDI matrice .....	18
1.1.6 Príprava vzorky .....	20
1.1.7 Štatistické vyhodnotenie .....	22
1.2 Príklady z praxe nášho výskumu .....	22
1.3 Záver a odporúčania pre prax .....	27
1.4 Použitá literatúra .....	27
<b>2 kapitola//Margita Čanigová • Lucia Zeleňáková • Jana Štefániková • Viera Ducková</b>	
Hodnotenia fyzikálno-chemických, sensorických a texturálnych vlastností parených syrov .....	29
2.1 Zdôvodnenie a teoretický základ .....	30
2.2 Cieľ a metódy výskumu .....	32
2.2.1 Kvasná skúška .....	33
2.2.2 Stanovenie sušiny vázkovou referenčnou metódou (ISO 5534, 2004) .....	35
2.2.3 Stanovenie obsahu tuku Van Gulikovou metódou (ISO 3433, 2008) .....	35
2.2.4 Stanovenie t. v s. (vyhláška MP a RV SR č. 343/2016) .....	35
2.2.5 Stanovenie VBHS (vyhláška MP a RV SR č. 343/2016) .....	35
2.2.6 Stanovenie aktívnej kyslosti (pH) .....	36
2.2.7 Stanovenie obsahu soli pomocou prístroja Chloride analyser 926 M .....	36
2.2.8 Fyzikálne stanovenie aktivity vody pomocou prístroja FA-st lab .....	38
2.2.9 Hodnotenie aromatických profilov pareníc pomocou e-nosa .....	38
2.2.10 Sledovanie farebnej stálosti pareníc pomocou e-oka .....	39
2.2.11 Stanovenie texturálnych vlastností pareníc .....	40
2.3 Výsledky, ich interpretácia a využiteľnosť pre prax .....	41
2.4 Záver .....	49
2.5 Použitá literatúra .....	50
<b>3 kapitola//Peter Zajác • Lucia Benešová • Jozef Čapla</b>	
Hodnotenie texturálnych a sensorických vlastností oštiepkov .....	53
3.1 Metodika .....	54
3.1.1 Príprava vzorky .....	56
3.1.2 Skúšanie textúrnych vlastností .....	57
3.1.3 Vyhodnotenie a štatistické spracovanie výsledkov stanovenia textúry .....	59
3.1.4 Sensorické skúšanie oštiepkov .....	60



3.1.5	Preferenčné mapovanie.....	61
3.2	Vyhodnotenie a príklady výsledkov z výskumu.....	63
3.2.1	Vyhodnotenie a štatistické spracovanie údajov z preferenčného mapovania.....	63
3.2.2	Výsledky analýzy textúry pomocou texturometra.....	63
3.2.3	Vyhodnotenie a štatistické spracovanie údajov zo senzorického hodnotenia.....	64
3.2.4	Výsledky preferenčného mapovania.....	66
3.3	Záver a odporúčania pre prax.....	68
3.4	Použitá literatúra.....	68

#### 4 kapitola//Zuzana Poláková • Peter Obtulovič

	Dotazníkový prieskum, riadené rozhovory a ďalšie metódy používané pri zbere primárnych dát.....	69
4.1	Metodika výskumu.....	70
4.1.1	Metódy výskumu.....	70
4.1.2	Metódy zisťovania.....	75
4.1.3	Štatistické zhodnotenie kvalitatívnych výsledkov dotazníkového šetrenia.....	75
4.2	Príklady z praxe – Korešpondenčná analýza.....	79
4.3	Použitá literatúra.....	85

#### 5 kapitola//Jakub Berčík • Vladimír Vietoris • Johana Paluchová

	Výskum vonkajších atribútov produktu s využitím biometrických a neurozobrazovacích metód.....	87
5.1	Zdôvodnenie a teoretický základ.....	88
5.2	Metódy výskumu a ich aplikácia v praxi.....	90
5.2.1	Senzorické hodnotenie.....	91
5.2.2	Eye tracking.....	92
5.2.3	Facereading.....	95
5.2.4	Elektroencefalografia.....	96
5.2.5	Meranie kožného odporu (GSR).....	98
5.2.6	Metódy spracovania získaných údajov.....	100
5.3	Ukážky výsledkov jednotlivých meraní.....	100
5.3.1	Senzorické hodnotenie.....	100
5.3.2	Eye tracking.....	102
5.3.3	Facereading.....	103
5.3.4	Elektroencefalografia (EEG).....	105
5.3.5	Meranie galvanického odporu kože (GSR).....	106
5.4	Diskusia, záver a odporúčania pre prax.....	108
5.5	Použitá literatúra.....	108

#### 6 kapitola//Elena Horská • Ľudmila Nagyová

	Výskum miesta predaja a vizuálneho merchandisingu.....	111
6.1	Zdôvodnenie a teoretický základ.....	112
6.1.1	Merchandising.....	112
6.1.2	Názory niektorých predstaviteľov obchodu na merchandising.....	117
6.1.3	Vizuálny merchandising.....	121
6.2	Ciel a metodika výskumu.....	127





6.3	Výsledky, ich interpretácia a využitelnosť pre <b>prax</b> .....	135
6.4	Diskusia a záver.....	138
6.5	Použitá literatúra.....	139
<b>7 kapitola//Jana Rybanská</b>		
	Psychologický výskum.....	143
7.1	Zdôvodnenie a teoretický základ.....	144
7.1.1	Osobnostné dotazníky.....	144
7.1.2	Situačné dotazníky a dotazníky správania.....	146
7.1.3	Dotazníky záujmov.....	146
7.1.4	Postojové testy.....	147
7.1.5	Projektívne testy.....	148
7.1.6	Sémantický diferencál a analýza <b>profilu</b> .....	149
7.2	Metódy výskumu a ich aplikácia v <b>praxi</b> .....	150
7.3	Diskusia a záver.....	159
7.4	Použitá literatúra.....	159
<b>8 kapitola//Marek Petříák • Andrej Géci • Alexandra Krivošíková</b>		
	Marketingová komunikácia a výskum značky výrobku a výrobcu v online a offline prostredí.....	161
8.1	Teoretický základ.....	162
8.1.1	Vymedzenie základných pojmov.....	162
8.1.2	Online marketing vs. tradičný <b>marketing</b> .....	164
8.1.3	Marketingová komunikácia v online prostredí.....	165
8.1.4	Marketingová komunikácia prostredníctvom internetu.....	167
8.1.5	Sociálne siete.....	168
8.1.6	Facebook.....	169
8.2	Metodický postup a metódy <b>výskumu</b> .....	170
8.2.1	Postup založenia Facebook stránky.....	170
8.2.2	Terénny výskum.....	174
8.3	Príklady z praxe.....	175
8.3.1	Príklady produktových fotografií vybraných fariem.....	175
8.3.2	Jednotná identita fariem.....	176
8.4	Záver a odporúčania pre <b>prax</b> .....	180
8.5	Použitá literatúra.....	181