

Obsah

Úvod.....	5
1 Teoretický prehľad riešenej problematiky	7
1.1 Aromachológia	7
1.1.1 Teoretické vymedzenie.....	8
1.2 In-store komunikácia.....	11
1.2.1 Základné princípy efektívnej in-store komunikácie.....	17
1.2.2 Nové trendy v in-store komunikácii.....	23
1.2.3 In-store komunikácia a pandémia COVID-19	25
1.3 Inovatívne formy zberu spätnej väzby	27
1.3.1 Elektroencefalografia.....	28
1.3.2 Tvárová biometria – FaceReader	30
1.3.3 Facial expression analysis (FA – sledovanie výrazov tváre)	31
1.3.4 Inovatívne výskumné riešenia.....	32
1.3.5 Získavanie spätnej väzby v online prostredí	33
1.3.6 Získavanie spätnej väzby v offline prostredí	36
2 Metodiky riešenia vplyvu aromachológie vo vybraných oblastiach.....	39
2.1 Laboratórne podmienky	40
2.1.1 Online asociačný test	40
2.1.2 Implicitný biometrický test	41
2.1.3 Riadený rozhovor	41
2.2 Reálne podmienky.....	48
2.2.1 Príklad procesu získavania údajov vo výrobe.....	49
2.3 Obchod	51
2.4 Služby.....	57
2.4.1 Príklad nasadenia aromatizácie vo sfére služieb	57
3 Pracovný postup jednotlivých projektových aktivít	61
3.1 Zber dát v reálnych podmienkach obchodu	64
Literatúra	67
Prílohy	81