

OBSAH

PREDSLOV	7
1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ ZMYSLOVÉHO MARKETINGU	9
1.1 Marketing	9
1.2 Spotrebiteľ a zákazník v marketingu	10
1.3 Spotrebiteľské správanie	11
1.3.1 Faktory spotrebiteľského správania	14
1.4 Značka	15
Otázky a úlohy	20
Zhrnutie	20
2 ÚVOD DO ZMYSLOVÉHO MARKETINGU	22
2.1 Aproximácia zmyslového marketingu	22
2.2 Zmyslový marketing v podmienkach spotrebiteľského správania	26
Otázky a úlohy	29
Zhrnutie	29
3 ZMYSLY AKO BÁZA ZMYSLOVÉHO MARKETINGU	30
3.1 Mozog ako základ pre zmyslovové vnímanie	30
3.2 Sluch	33
3.3 Zrak	35
3.4 Čuch	36
3.5 Chuť	37
3.6 Hmat	38
Otázky a úlohy	40
Zhrnutie	40
4 SCENT MARKETING	42
4.1 Scent marketing	42
4.1.1 Scent marketing v podmienkach atmosféry predajne	45
4.1.2 Scent marketing zameraný na produktový aspekt	46
4.1.3 Scent marketing zameraný na prostriedky marketingovej komunikácie	47
4.1.4 Scent marketing zameraný na značku – Scent branding	49

4.1.5 Scent marketing v podmienkach interného marketingu	50
4.2 Generické stratégie Scent marketingu.....	51
Otázky a úlohy	53
Zhrnutie	53
5 AUDIO MARKETING	55
5.1 Audio marketing.....	55
5.1.1 Zvuk ako súčasť identity značky a produktu.....	57
5.2 Hudba v audio marketingu	59
5.2.1 Pamäť a vnímanie.....	60
5.2.2 Hudba ako prvok audio marketingovej komunikácie	61
5.3 Sonic branding	62
5.4 Stratégie audio marketingu.....	63
Otázky a úlohy	65
Zhrnutie	65
6 MARKETING CHUTI	66
6.1 Marketing chuti	66
6.2 Chuť a jej prepojenie v zmyslovom marketingu	68
6.3 Chuť a značka	70
Otázky a úlohy	72
Zhrnutie	72
7 TAKTILNÝ MARKETING	73
7.1 Taktilný marketing	73
7.2 Hmatový model.....	75
Otázky a úlohy	78
Zhrnutie	78
8 VIZUÁLNY MARKETING	79
8.1 Vizualný marketing.....	79
8.2 Farba ako podnet vizuálneho marketingu	80
8.3 Svetlo	83
8.4 Dizajn a tematika.....	84
Otázky a úlohy	86
Zhrnutie	86

9 MULTIZMYSLOVÝ MARKETING	87
9.1 Multizmyslový marketing	87
9.2 In-store marketingová komunikácia	89
9.3 Product placement ako súčasť audio-vizuálneho marketingu.....	90
9.4 Minimalizmus a simplicizmus v zmyslovom marketingu	92
Otázky a úlohy	94
Zhrnutie	94
10 NEUROMARKETING	95
10.1 Neuroveda a spotrebiteľská neuroveda	95
10.2 Neuromarketing.....	97
10.3 Neuromarketing a jeho modifikácie.....	106
10.3.1 Neuromarketing v digitálnom prostredí.....	106
10.3.2 Neuromarketing a aroma marketing	107
10.3.3 Neurodizajn	107
10.3.4 Neuroetika	108
Otázky a úlohy	111
Zhrnutie	111
ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV	113