

OBSAH

ÚVOD	5
1 VÝROBEK A JEHO ATRIBUTY	6
1.1 Marketingové pojetí výrobku	6
1.2 Atributy výrobku	8
2 PODSTATA TESTOVÁNÍ VÝROBKU	15
2.1 Účel a výhody testování výrobku	15
2.2 Zásady testování výrobku	16
3 PROCES TESTOVÁNÍ VÝROBKU	19
3.1 Kroky procesu testování výrobku	19
3.2 Předmět a cíl testování	20
3.3 Volba metody testování	21
3.4 Výběr vzorku testujících osob	22
3.5 Hodnocení testujících osob	23
3.6 Analýza výsledků testování a formulace doporučení	24
3.7 Sumář otázek pro úspěšnou realizaci výrobního testu	25
3.8 Kritéria úspěšného výrobku	26
4 METODY TESTOVÁNÍ VÝROBKU	29
4.1 Základní klasifikace metod testování výrobku	29
4.2 Členění testů z hlediska předmětu testování	31
4.3 Členění testů z hlediska fází vývoje nového výrobku	32
4.4 Členění testů z hlediska míry podrobnosti testování	35
4.5 Členění testů z hlediska uplatňovaných technik	37
4.6 Senzorická analýza	45

5 TESTOVÁNÍ VYBRANÝCH ATRIBUTŮ VÝROBKU	48
5.1 Testování značky	48
5.2 Testování obalu	51
6 PŘÍPADOVÉ STUDIE	54
6.1 Paštiky	54
6.2 Ovocné košíky	56
6.3 Polévky	57
6.4 Slané snacky	59
6.5 Testování názvu pomazánek	60
6.6 Testování obalu polévek	61
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	62