

Posudek oponenta na diplomovou práci

Bc. Karolína Gundová:

Semiologická analýza loga společnosti Starbucks

Práce se věnuje sémiologické analýze vybraného loga a porovnává ho s logy konkurentů. Autorka se snaží v diplomové dešifrovat symboliku loga a její působení na zákazníky firmy, a také zkoumá vliv značky na prodejní úspěch sítě kaváren, které logo zastřešuje.

Hodnocení výběru tématu

Téma, které si autorka vybrala, je zajímavé, ale z mého pohledu poněkud okrajové a úzce zaměřené. Na druhou stranu, jde-li o pohled sémiotika, pak jde zřejmě o výběr oprávněný. Loga jsou symbolická a mají toho, kdo je vidí, navést k tomu, aby je rychle interpretoval a spojil si s nimi pozitivní asociaci. A vzhledem k tomu, že se autorka soustředí na dešifrování sdělení, které logo obsahuje, pak výběr tématu nerozporuji. Domnívám se však, že by možná bylo vhodnější vybrat nějaké známé tuzemské či slovenské logo, které lépe zapadá do našeho sociálního a kulturního kontextu a jeho interpretace a „rozluštění“ by byly pro čtenáře srozumitelnější.

Hodnocení formální stránky práce

Jako oponent práce můžu napsat, že uspořádání jednotlivých sekcí textu je přehledné a logické. Práce je po uvedení do problematiky formálně rozčleněna do čtyř základních výkladových částí, které jsou dále vnitřně systematicky členěny, po nich následuje metodologický vhled, samotné zkoumání autorky a shrnující závěr. Přítomnost všech výkladových kapitol je účelná a v souboru tvoří relativně vyvážený celek. Rovněž nakládání s poznámkovým aparátem odpovídá požadavkům, které jsou na diplomovou práci kladeny. Z pramenů autorka korektně cituje - podařilo se jí vyvážit zdroje, které tvoří teoretici sémiologie s odborníky na branding. Vhodné by však bylo doplnit prameny praktických marketérů - především odborníků na chování zákazníků v místě prodeje, kterými jsou například: Paco Underhill, Geoffrey Miller nebo Ori Brafman. Jazykovou úroveň textu si vzhledem k tomu, že je práce ve slovenštině, nedovolím posoudit.

Hodnocení obsahové stránky práce

Práce Bc. Karolíny Gundové má v první části především teoretický charakter. Část věnovaná základním sémiologickým pojmům a teoriím se

mi jeví s ohledem na zaměření práce poněkud zbytnělá. Naopak podnětná je část, která se věnuje designu loga či logu samotnému.

Metodologie je zpracovaná zřetelně a je vhodným východiskem pro následující zkoumání. Někdy je ale až příliš popisná a občas ji chybí vysvětlení některých postupů, ze kterých vychází. Jde třeba o komutační test (str. 59), se kterým autorka pak dále pracuje, aniž by stručně demonstrovala jeho fungování.

Samotná analýza loga Starbucks je pak velmi dobře zpracovaná a je vidět, že zde autorka zúročila teoretickou výbavu představenou v první části práce. Zajímavá je rovněž analýza konkurenčních společností, kterou autorka provedla podobně jako v případě hlavního zkoumání. Ve shrnujícím závěru tak může autorka dát kvalifikovanou odpověď na všechny čtyři hypotézy, které si stanovila na začátku zkoumání. Závěry tak jsou přesvědčivé – autorka například prokázala, že: logo společnosti odráží poslání firmy, prostřednictvím konceptu denotace a konotace lze logo analyzovat, nebo že logo vychází z určité mytologie.

I přes některé uvedené námitky je zřejmé, že Bc. Karolína Gundová splnila náležitosti, jež jsou na diplomovou práci kladeny. Po celkovém zhodnocení tedy doporučuji předloženou práci k obhajobě a v případě její obhajoby navrhuji její hodnocení na pomezí stupňů **výborně a velmi dobře.**

V Praze dne 18. 9. 2015

Mgr. Filip Poštulka
Oponent diplomové práce