

Abstrakt

Diplomová práca sa zameriava na semiologickú analýzu loga značky. Logá ako súčasť firemnej identity nás neustále obklopujú. Sú vizuálnou identitou spoločnosti. Naša spoločnosť je presýtená logami, a preto musí byť logo vytvorené tak, aby bolo dobre zapamätateľné, rozpoznateľné a ľahko pripojiteľné k značke. Logo je spojením grafického umenia a marketingových stratégií. Práca sa opiera o teórie semiotiky a zároveň popisuje základné prvky marketingu a ich uchopenie semiotikou marketingu. V rámci praktickej časti je analyzované logo pomocou denotácie a konotácie. Skúmanou značkou je americká sieť kaviarní Starbucks, ktorá je jednou z najúspešnejších kaviarenských spoločností na svete. Logo tejto značky prešlo dlhým vývojom a je mimoriadne úspešné.