

## Abstrakt

Diplomová práca sa zameriava na semiologickú analýzu loga značky. Logá ako súčasť firemnej identity nás neustále obklopujú. 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 zo semiologického hľadiska opiera o teórie Rolanda Bartha a zároveň popisuje základné prvky marketingu a ich uchopenie semiotikou marketingu. V rámci praktickej časti je analyzované logo pomocou denotácie, konotácie a mýtov. 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.

## klúčové slová

logo, semiológia, semiotika marketingu, grafický dizajn, firemná identita, mýtus, konotácia, denotácia