



## POSUDOK OPONENTA DIPLOMOVEJ PRÁCE

**Autorka diplomovej práce:** Bc. Karolína Gundová  
**Téma diplomovej práce:** Sémiologická analýza loga spoločnosti Starbucks

**Vedúci diplomovej práce:** Mgr. Tomáš Kladný  
**Oponent diplomovej práce:** Ing. Martina Labaiová

### KRITÉRIÁ HODNOTENIA PRÁCE

	Stupeň hodnotenia				Váha kritéria
	Výborne	Veľmi dobre	Dobre	Nevyhovujúci	
<b>Obsahová časť práce</b>					<b>70%</b>
Formulácia a splnenie cieľa práce			x		20%
Hĺbka prevedenej analýzy			x		20%
Logická stavba práce		x			15 %
Vlastný prínos			x		10%
Adekvátnosť použitých metód		x			5%
<b>Formálna stránka práce</b>					<b>30%</b>
Použitie odbornej terminológie			x		10%
Štylistika a grafická úprava				x	10%
Práca s literatúrou				x	5%
Práca s citáciami			x		5%



## **SLOVNÉ HODNOTENIE PRÁCE**

Predložená práca si kládla za cieľ na základe sémiologickej analýzy určiť vizuálnu identitu spoločnosti Starbucks, porovnať tieto identity na vývoji loga firmy a vzťahnúť tieto výsledky skúmania na vzťah ku korporátnej identite spoločnosti. Avšak hypotéza práce nie je jasne formulovaná, je cieľom určovať marketingovú identitu spoločnosti, alebo sémiologickú analýzu loga spoločnosti?

Úvodná časť práce predkladá teoretické vymedzenie loga ako znaku. Tieto teoretické poznatky však nie sú ďalej rozvinuté a obhájené v praktickej časti práce. Za pozitívny prínos sa považuje prepojenie sémiotiky a marketingu na základe interpretácií dostupných literárnych zdrojov. Autorka predstavuje analýzu loga prevedenú Jean Marie Flochom, avšak doporučila by som autorke zamerať sa viac na vlastnú interpretáciu týchto zdrojov a vzťahnutie k logu analyzovanej spoločnosti.

Práci rozhodne neprospieva nevyvážená štruktúra, podkapitulovala "Dizajn, logo a marketing" predstavuje veľmi vágne koncepty marketingu. Autorka zmieňuje, že "správne logo by malo vyjadrovať to, čo sa skrýva v produkte". Toto tvrdenie je v rozpore už s predkladaným logom spoločnosti Starbucks, ktoré svoj produkt v logu zobrazený nemá. V ďalších častiach práce autorka používa populárne tvrdenia, ktoré nesprávne priraduje ako parametre analýzy.

Metodológia práce je zaradená až pri konci diplomovej práce. Celková analytická časť je príliš stručná a hĺbka analýzy je povrchná. V úvode práce autorka sľubuje porovnanie loga spoločnosti Starbucks a následnú sémiologickú analýzu log konkurenčných spoločností, avšak táto analýza v práci chýba. Celkovo usporiadanie práce pôsobí chaotickým dojmom.

Formálna stránka práce je neuspokojujúca. Prítomnosť gramatických chýb, preklepov a nesprávnych prekladov z češtiny značne sťažuje čítanie práce. Autorka v úvodných kapitolách pracuje prevažne s jedným zdrojom a nekriticky prijíma názory autorky. V kapitolách zameraných na marketing, autorka pracuje prevažne s populárnou literatúrou a nenadväzuje na ďalšie kapitoly. Citácie nemajú jednotnú úpravu a zoznam literatúry na konci práce neodzrkadľuje použitú literatúru v texte práce.



**FAKULTA  
HUMANITNÍCH STUDIÍ**  
Univerzita Karlova

### **ZÁVEREČNÝ POSUDOK PRÁCE**

Táto diplomová práca splňuje požadované náležitosti diplomovej práce a preto ju doporučujem k obhajobe. V prípade úspešného priebehu obhajoby navrhujem klasifikačný stupeň „dobre (3)“ na základe kritérií hodnotenia.

V Prahe, 10.2.2016

---

Ing. Martina Labaiová

Oponent diplomovej práce  
Fakulta humanitních studií  
Univerzita Karlova