

Abstrakt

Diplomová práce *Sémiotika místa prodeje a merchandising produktu* se zaměřuje na studování prostoru jako sémiotického fenoménu. Prostor zde bude analyzován z hlediska klíčových pojmů, jako je orientace a identifikace. Práce bude vycházet z porovnání různých prostorů určených ke konzumaci, kde prostor bude vnímán jako umělé místo, jehož pozice se mění spolu s vývojem společnosti.

Nosným tématem celé práce bude upořádání prostoru, tedy idea, jakým způsobem se lidé v prostoru nákupního centra pohybují, v paralele s městem. Nákupní centrum tak bude terčem mého zájmu, kde budu analyzovat chování člověka v závislosti na bodech, které si v rámci nákupního centra vytyčím.

Cílem práce bude zjistit, co ovlivňuje chování nakupujícího, jaké techniky v rámci míst prodeje jsou k jeho motivaci užívány, a jakým způsobem vůbec značka svou pozici buduje.

Metodou výzkumu bude sémiotická analýza.