

**Anna Maria Nikodemka-Wołowik,
(współautorzy T. P. Górski, M. Wołowik)**

NIE TYLKO LOGOTYP. PRZYNALEŻNOŚĆ I WYRÓŻNIENIE W BIZNESIE

Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2004

Głównymi adresatami książki są menedżerowie przedsiębiorstw różnych szczebli, pragnący doskonalić swoje umiejętności w zakresie działań związanych z programami Całościowej Identyfikacji, osoby zarządzające, odpowiedzialne za kształtowanie wizerunków podległych sobie organizacji oraz specjaliści zatrudnieni w odpowiednich departamentach i komórkach. Książka ze względu na swoją interdyscyplinarność może znaleźć swoich czytelników także wśród studentów różnych specjalności w ramach ekonomii i zarządzania, jak i kierunków projektowych Akademii Sztuk Pięknych, którzy szybko wyciągną wniosek, że podejmowanie decyzji oparte na intuicji twórczej jest niewystarczające przy budowaniu systemu CI. Dopiero połączenie kreacji z logiczną analizą i racjonalnymi metodami stanowi o sile i skuteczności projektowania. Książka stanowi zbiór studiów przypadków (case study) i interesujący głos praktyków- wybitnych specjalistów z zakresu projektowania systemów CI. Książka została podzielona na cztery części. Pierwsza obejmuje rys historyczny, w którym m.in. przedstawiono interesującą analizę heraldyki, podkreślając jej wartość znaczeniową oraz funkcję kulturową i komunikacyjną. Pokazuje również ewolucję Całościowej Identyfikacji. W drugiej części omówione zostało znaczenie CI oraz jej fundamentalne zadanie. Część trzecia natomiast szczegółowo opisuje program CI podkreślając, że jest to ciągły proces, do którego należy systematyczne doskonalenie wizerunku przedsiębiorstwa. Ostatnia część zawiera praktyczne wskazówki przeznaczone dla osób realizujących programy CI w swoich przedsiębiorstwach. Książka ta jest pierwszą publikacją, przedstawiającą w sposób kompleksowy problematykę CI i zawierającą wiele przykładów praktycznych z tego zakresu.