## Введение

До недавнего времени визитные карточки в нашей стране считались прерогативой дипломатов и высоких должностных лиц. Но в последнее время этот полезный обычай получает все более широкое распространение.

История использования визитных карточек достаточно глубока, но к настоящему времени сложились определенные общепринятые нормы их применения. В основе их лежит простое понимание, что ваша визитная карточка – это то, что остается у вашего знакомого, собеседника, делового партнера после очной или заочной встречи с вами. Карточка должна не только содержать те сведения, которые вы хотели бы о себе оставить, но и содействовать сохранению у вашего партнера того имиджа, к созданию которого вы стремитесь.

Как правило, визитная карточка – это прямоугольный кусок белого полуплотного картона хорошего качества, на котором типографским способом четко и красиво отпечатаны ваши фамилия, имя и (как правило) отчество наряду с другими сведениями, которые вы хотите о себе сообщить. Четких правил в отношении размеров визитных карточек нет, но обычно у мужчин они могут быть несколько больше, чем у женщин – скажем, 90х50 мм и 80х40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше, чем у мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть еще меньше – как правило 70х35 мм. Визитные карточки больших размеров постепенно выходят из практики- с распространением специальных альбомов для их хранения.

Цель работы – рассмотреть порядок обращения визитной карточки.

Задачи:

– описать виды визитных карточек;

– охарактеризовать форму и содержание визиток;

– рассмотреть деловые визитные карточки.

## 1. Знакомство

При знакомстве первым вручает свою визитную карточку тот, чье должностное положение или ранг ниже. Если партнеры находятся на одном должностном уровне, первым вручает свою визитную карточку тот, кто младше по возрасту. Если же должностное положение и возраст партнеров одинаковы, первым вручает свою визитку ток, кто вежливее. При поездке за рубеж процедура немного упрощается, поскольку в этом случае первыми визитную карточку вручают хозяева.

В современной практике используются деловые, личные и семейные визитные карточки. Встречаются случаи и комбинированных визитных карточек, содержащих как служебные, так и личные данные о ее владельце.

Визитную карточку принято подавать партнеру так, чтобы он мог сразу прочитать текст. Нужно также отчетливо произнести имя и фамилию, чтобы партнер мог более или менее запомнить их произношение. Во время переговоров визитки лучше положить перед собой, чтобы не ошибаться в именах. Однако заглядывать в них нужно незаметно, открыто считывать имя собеседника считается дурным тоном. Нельзя на глазах у хозяина визитки вертеть ее в руках, мять, делать пометки. Это может быть воспринято им как неуважение, а вы прославитесь плохими манерами. [2, с. 142]

В разных странах существуют свои правила по протягиванию визитной карточки. Согласно традициям Юго-Восточной Азии это, как правило, делается двумя руками, а текст визитки должен быть обращен к тому, кому она передается. Брать визитку также желательно двумя руками. В арабских странах ни в коем случае нельзя давать визитку левой рукой, т. к. левая рука у мусульман считается нечистой. Визитную карточку принято вручать лично, но она может быть послана курьером или шофером. Не рекомендуется, но допускается отправка визиток по почте. Если визитки, адресованные нескольким людям, отправляются в фирму по почте, то в верхнем левом углу визитки пишется фамилия того, кому предназначена.

Визитки, привозимые адресату лично владельцем, загибаются в соответствии с местной традицией. В нашей стране принято загнуть, а затем распрямить правый верхний угол визитки или правую сторону по всей ширине. Фамилия того, кому оставляется визитка, не пишется. Вручать ее с чувством благодарности лично адресату не принято. Серьезным нарушением правил этикета считается ситуация, когда, когда человек не узнает делового партнера, с которым когда-то обменялся визитными карточками.

Все полученные визитки целесообразно систематизировать по сфере деятельности их владельцев или по алфавиту. Для их хранения удобно использовать специальные визитницы. Анализ собранных визиток может дать дополнительную информацию о статусе владельца визитницы, организации, которую он представляет.

Исправлять на визитках можно изменившиеся телефоны, просто зачеркнув старые и написав сверху новые. Но ни в коем случае нельзя исправлять должность, в этом случае нужно заказать новые визитки.

Визитки никогда не должны «вдруг» закончится! В России или во Франции к отсутствию визитки при ведении переговоров партнер отнесется снисходительно и просто запишет информацию на листе бумаги, то в Японии бизнесмен, извиняющийся, что у него кончились визитки, полностью себя компрометирует. Собеседник воспримет это либо как несерьезность человека, либо, что еще хуже, как неуважение к себе

## 2. Виды визитных карточек

Выделяют следующие виды визитных карточек: Личная, Деловая и Корпоративная.

Личная визитная карточка.

Как правило, она содержит имя и фамилию владельца. Телефонные номера, должности, адреса в ней не обязательны. Характеризуются достаточно свободным стилем исполнения.

Деловая визитная карточка

Здесь обязательно указываются имя, фамилия, должность, название и реквизиты компании, используется фирменный стиль компании, логотип и т.п., строгий дизайн.

Корпоративная визитная карточка

Как правило не содержит имен и фамилий. В ней указывается сфера деятельности фирмы, перечень услуг, контактные телефоны, карта проезда, адрес веб-страницы, используется фирменная символика. Такая визитка несет рекламный характер, в основном используется на выставках. Часто их делают двусторонними, или книжечкой.

## 3. Форма и содержание визиток

Обычная визитка представляет собой прямоугольный кусок плотной бумаги размером 5х9 см. Для женщин (супруг, а не должностных лиц) – 4х8 см. Менеджеры высшего звена могу позволить себе визитки размером 6х9 см или 6х10 см. Визитки их жен в таком случае на 1 см меньше по обеим сторонам. Кстати карточку супруги мужчина тоже должен иметь при себе. Также есть евростандарт визитки – 55х85 см. [6, с. 16]

Лучше изготавливать визитки все же 5х9 см, так как большинство визитниц изготовлено по этому стандарту, и если Вы не хотите, чтобы Ваша визитка валялась «где попало», помялась или хуже всего потерялась, то здесь лучше не оригинальничать. Свои творческие идеи Вы можете реализовать, выбрав интересную бумагу или сделав оригинальный эскиз, но и тут надо быть аккуратным и знать о том, что визитки бывают разные: деловые, личные, семейные.

Деловые визитки

Нормы делового европейского этикета диктуют визиткам следующие правила. Текст желательно должен быть написан темными буквами на светлом фоне. В качестве фона, как правило, используются белый, розовый или голубой цвета. Текст в таком случае делают темно-коричневым, синим или черным. Стиль визиток должен быть строгим, шрифт простым и удобочитаемым, а не каллиграфическим. Важно уделить внимание бумаге, она должна быть отличного качества, слегка тонированной или иметь сатинированную поверхность. Не рекомендуется использование глянцевой бумаги, пластмассы или кожи. Вторая стороны визитки должна быть обязательно чистой, чтобы человек мог оставлять на ней пометки и записи. Если Вы сотрудничаете не только с российскими партнерами по бизнесу, но и с иностранными, нужно иметь также комплект визиток на английском языке. Делать двусторонние визитки, где одна сторона на русском языке, а другая на английском, признак дурного тона и экономии денег. А также Вы лишаете возможность Вашего партнера или клиента делать записи на визитке, а это является немаловажным, так как у визиток есть свой язык, о чем пойдет речь ниже.

Деловые визитки работников магазинов и предприятий сферы услуг могут оформляться с нарушением отдельных норм этикета, поскольку являются не только информационно, но и рекламной продукцией. В этом случае на оборотной стороне визитки может располагаться схема проезда к предприятию, календарь, девиз фирмы или фотография работника.

Конечно, не стоит воспринимать эти правила как табу, но в любом случае важно помнить, деловая визитка не должна пестрить всеми цветами радуги, достаточно одного-двух цветов. Такой же совет можно дать и относительно используемых шрифтов. На визитке не должно быть лишней информации. Поэтому лучше, когда визитка выдержана в классической традиции: вверху по центру – название организации, ниже, тоже по центру – имя, отчество и фамилия человека, еще ниже – должность, а в нижнем правом углу – адрес, телефон, факс, адрес электронной почты, адрес сайта. Также хорошо добавить логотип компании около ее названия. Здесь можно отметить, что важным элементом имиджа является постоянно используемая цветовая гамма на всех визитках, будь то визитка специалиста самой низкой должности в компании или визитка топ-менеджера. Соответственно и печатать визитки лучше в одной выбранной Вами типографии, чтобы не возникало разницы в оттенках цветов.

Необходимо также помнить, что сначала на визитной карточке пишется имя, затем отчество, а только после фамилия. Имя можно выделить полужирным шрифтом. Если визитка напечатана на иностранном языке, имя и фамилия пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой, т. к. на других языках понятие «отчество» отсутствует, и его могут принять за второе имя. [2, с. 151]

Визитки государственных чиновников и дипломатов

Визитки государственных чиновников имеют некоторые своеобразные отличия. На них необязательно наносить адрес, а вместо логотипа наносят герб и флаг. Отсутствие адреса на других деловых визитках недопустимо.

Личные визитки

При изготовлении личных визиток уже нет строгих правил относительно цветовой гаммы, наполнения и содержания. Но некоторые моменты все же осветим. В личной визитной карточке имя и фамилия пишутся прописными буквами, должность – строчными. Обычно указывается адрес фирмы, в которой работает владелец карточки, и номера телефонов, в том числе домашнего. Разновидностью личных визиток являются так называемые семейные визитки. В этом случае имя жены стоит перед именем мужа.

Визитная карточка – одна из составляющих имиджа фирмы и личного имиджа ее владельца. Она является выражением как индивидуального стиля и вкуса человека, так и фирменного, корпоративного стиля. Визитные карточки рекомендуется заказывать из очень плотной бумаги высокого качества или тонкого картона. В этом случае карточки дольше будут сохранять достойный внешний вид. В начале прошлого ХХ века, по свидетельству Эми Вандербилд, считалось также рациональным, чтобы деловые карточки изготавливались на тонкой и прочной пергаментной бумаге и обязательно имели текст, написанный каллиграфом.

Сейчас точных правил в отношении бумаги, шрифта, формата визитных карточек больше нет, идет ли речь о карточке женщины или мужчины. На практике наиболее применимым оказался размер кредитной карточки. Соответствующего размера выпускают и конверты. Визитки большего размера не помещаются в стандартную визитницу, в специальные кармашки бумажников. Их приходится обрезать.

Классический вариант – визитная карточка на бумаге, картоне белого цвета с матовой поверхностью, строгим черным шрифтом. Однако в наши дни карточки перестали быть только белыми. Их печатают на бумаге различных цветов, активно используют графику, различные шрифты, делают складными, помещают на визитке свою фотографию. Последнее, правда, считается не лучшим стилем. Деловым людям желательно не проявлять эксцентричности ни в выборе материала, ни в цвете. По-прежнему строгие требования предъявляются к оформлению визитных карточек в официальной и дипломатической сферах.

При выборе бумаги, шрифта целесообразно воспользоваться услугами дизайнера-профессионала, посмотреть образцы карточек фирм, подобных вашей, чтобы не ошибиться в соответствии сделанного вами выбора вашему корпоративному имиджу.

Стандартная визитная карточка – это прямоугольный кусок белого полуплотного картона хорошего качества, на котором чётко и красиво отпечатаны ваши фамилия, имя и отчество (если оно есть) наряду с другими сведениями, которые вы хотите о себе сообщить. Чётких правил в отношении размеров визитных карточек нет, но обычно у мужчин они могут быть несколько больше, чем у женщин – скажем, 90х50 мм и 80х40 мм (в Великобритании визитные карточки женщин больше, чем мужчин). Визитная карточка молодой девушки может быть ещё меньше, – как правило, 70х35 мм.

Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаемым. Имя обычно выделяется полужирным шрифтом большего размера. Не рекомендуется использовать сложные готические или декоративные шрифты. Будьте осторожны с использованием курсивного начертания, если у вас редкая или труднопроизносимая фамилия, или же речь идёт о карточке на иностранном языке.

Наверху по центру указывается название фирмы (организации, учреждения), в которой работает владелец визитной карточки (если он имеет несколько мест работы, то указывается основное); ниже по центру – имя и фамилия (в украинском и русском вариантах – фамилия, имя и отчество), еще ниже – должность; ниже и левее, то есть в левом нижнем углу – телефон, факс; возможен и такой вариант: и телефон, и факс, и почтовый адрес указываются в правом нижнем углу, а левый остается пустым. [4, с. 152]

Если у вашей фирмы есть свой сайт, то электронная почта должна располагаться на нем, а не на каком-либо бесплатном сервере вроде «@mail.ru» или «@rambler.ru». Так гораздо солиднее. Поэтому лучше, чтобы на карточке был написан электронный адрес, расположенный на вашем сайте.

Как правило, визитная карточка должна иметь чёрный текст на белом фоне без каких-либо рамок или украшений. В последнее время типографии предлагают большой выбор цветных карточек на пластмассе или даже на коже. Но нормы строгого этикета не рекомендуют далеко отходить от чёрно-белой гаммы. Предпочтительнее сосредоточиться на выборе бумаги отменного качества, которая может быть слегка тонированной или иметь сатинированную поверхность. Лучше избегать и глянцевой поверхности карточек. Цветные и необычные карточки пока остаются уделом художников, работников служб сервиса и рекламных агентов. Чёрная рамка на визитной карточке допускается в знак траура.

Большую свободу в оформлении визиток могут позволить себе деятели культуры, искусства, науки, церкви и т.п.: любой шрифт на картоне или бумаге любого качества, любой цвет карточек и расположение текста. «Свободные художники» вместо названия фирмы иногда указывают домашний адрес и телефон.

В России и во многих двуязычных странах широко применяются двусторонние карточки – с текстом на иностранном языке на оборотной стороне. Если придерживаться строгих норм, то это не совсем верно. Ведь оборотная сторона предназначена для того, чтобы на ней можно было бы сделать какие-то записи. Поэтому лучше заказать отдельные карточки на каждом из языков. Но, тем не менее, двусторонние карточки вполне допустимы, – главное соблюсти правила оформления карточек на иностранном языке. Иностранный может быть все тем же английским как наиболее распространенным языком межнационального общения. Но в случае, если вы постоянно сотрудничаете с представителями какой-либо страны, будет проявлением уважения к партнерам, если у вас будут визитные карточки на их родном языке. При командировке за границу целесообразно иметь визитные карточки на языке страны пребывания.

Что касается титулов, психологи отмечают: визитная карточка, убористо испещренная громкими званиями, чаще всего свидетельствует о неутоленных личных амбициях владельца, нездоровой мании превосходства (которая есть оборотная сторона комплекса неполноценности). Поэтому имейте в виду: прочитав на визитке некоего эксперта «Член-корреспондент Международной Академии Гуманитарных Знаний, Почетный вице-президент Заполярного общества экзистенциального анализа…», – не торопитесь обращаться за услугами к такому специалисту. Вероятно ему и самому консультация психоаналитика не помешает. Характерно, что по-настоящему весомые фигуры подчас ограничиваются указанием на карточке одного лишь своего имени. В самом деле, в каких дополнительных сведениях нуждается такое, скажем, имя, как Билл Гейтс? Но даже если вы еще не доросли до столь высокого статуса, все равно старайтесь не перегружать карточку избыточной информацией, которая ни о чем, кроме личного самомнения, не свидетельствует. Тем более, что в наши дни любому очевидно: на одного настоящего академика, президента или лауреата приходится десяток претенциозных самозванцев, причем именно они особенно крикливы в провозглашении своих узурпированных регалий.

## 4. Деловые визитные карточки

Деловые визитные карточки – это неотъемлемый атрибут современного делового общения. Первое представление, как правило, начинается с обмена визитными карточками. Особое значение они имеют при общении с иностранцами, людьми, не говорящими на вашем родном языке. На деловой визитной карточке должны быть четко обозначены ваши фамилия и имя (отчество), название вашей фирмы или организации и ваша должность, полный почтовый адрес и другие сведения. Также на ней вполне уместно использование логотипа вашей фирмы или организации. У государственных чиновников, депутатов на визитной карточке может находиться изображение государственного флага или герба.

Деловая визитка может содержать указания на ваше звание или титул, сферу ответственности в рамках вашей организации, номера телефона (телефонов), факса, телекса, электронной почты. Если у вас сменился телефон, то вы можете аккуратно вписать новый номер, зачеркнув старый. Зачеркивать и вписывать новое наименование должности считается дурным тоном – следует позаботиться о том, чтобы как можно скорее заказать новые визитные карточки.

Деловая визитная карточка без адреса также не соответствует нормам этикета (исключение составляют дипломаты и высшие государственные должностные лица). Если у вас меняется адрес, и вы еще не знаете своих новых телефонов, то лучше указать официальный адрес вашей организации, телефон секретариата или канцелярии.

В случае, если организация имеет несколько филиалов, то на деловых визитных карточках ее представителей могут быть указаны несколько адресов.

Деловые визитные карточки сотрудников магазинов, предприятий сферы услуг и т.п. по своему оформлению могут отходить от строгих норм этикета – по сути дела это не только информационная, но и рекламная продукция. На таких карточках на обороте может быть помещена небольшая схема окрестностей, на такой карточке можно встретить фотографию ее владельца, красочный символ, девиз фирмы.

Разновидностью деловой и личной визитки является комбинированная визитная карточка, где наряду со служебным адресом (в левом нижнем углу) указывается и домашний адрес (в правом нижнем углу). Такие карточки уместны для научных и творческих работников, которые часто работают дома. Женщины, как правило, не указывают на таких карточках свой домашний адрес, ограничиваясь номером телефона.

## 5. Использование визитной карточки

Визитные карточки широко используются для выражения добрых чувств, поздравлений, соболезнований и т.д.

Вполне уместно вложить в конверт визитную карточку вместе с поздравительной открыткой или небольшим письмом. На карточке, как правило, простым карандашом можно приписать несколько слов обычно в третьем лице.

Визитная карточка с парой теплых слов, приложенная к букету цветов – это высокоценимый жест признательности артисту, художнику или просто доброму знакомому в особый для него день.

Широко применяются стандартные сокращения французских слов. Как правило, такие краткие надписи делаются простым карандашом в левом нижнем углу карточки.

p.r. (Pour remercier) выражение благодарности

p.f. (Pour feter) поздравление по случаю праздника

p.f.c. (Pour faire connaissance) выражение удовлетворения знакомством

p.f.N.A. (Pour feter Nouvel An) поздравление с Новым годом

p.p.c. (Pour prendre congre) прощание при окончательном отъезде

p.c. (Pour condoleance) выражение соболезнования

p.p. (Pour presenter) по случаю представления

В первую очередь, визитные карточки используются при знакомстве – очном или заочном. При первой личной встрече после слов представления вы можете передать своему новому знакомому свою визитную карточку. Получив визитную карточку своего собеседника, внимательно прочтите его имя – особенно если его произношение вызывает сложности.

В ходе деловой беседы или переговоров можно положить перед собой визитные карточки ваших собеседников – это помогает избежать ошибок в произношении их имен и должностей. [2, с. 163]

Если у вас не оказалось с собой визитной карточки – обязательно постарайтесь послать или передать ее собеседнику.

В отличие от деловых визитных карточек обмен личными или комбинированными визитными карточками может происходить и в конце знакомства. Договариваясь о дальнейших контактах, вполне уместно обменяться карточками.

Деловые визитные карточки продавцов, рестораторов, типографов могут предлагаться посетителям и лежать на конторке. В этих случаях посетители могут сами брать их. Во всех иных случаях карточка вручается – хотя вполне уместно попросить визитку у заинтересовавшего Вас собеседника, предложив ему предварительно свою.

На визитные карточки распространяются общие правила знакомства и представления: младший первым вручает свою визитную карточку старшему, мужчина – женщине (женщина не обязана в ответ вручать свою карточку).

Обмен визитными карточками при личной встрече, как правило, сопровождается небольшой беседой. Ведь визитная карточка лишь закрепляет представление. Следует избегать ситуаций визитных карточек случайным собеседникам, как, впрочем, не следует ожидать карточки от интересного вам, но полузнакомого человека, с которым вы обменялись лишь парой вежливых слов в кулуарах конференции или на общем приеме.

Особую роль играют визитные карточки при заочном представлении. В этом случае посылка визитной карточки приравнивается к визиту. Более корректно и высоко ценимо оставлять визитные карточки для своего заочного знакомого лично – при этом следует загнуть один из левых углов карточки или всю карточку с левого края (загибаются также и карточки, отправленные с посыльным). Нормы этикета требуют, чтобы лицо, получившее карточку от своего заочного знакомого, отослало ему ответную визитную карточку в течение суток. При заочном представлении в левом нижнем углу карточки можно карандашом сделать надпись p. p.

Дипломаты, прибывающие к новому месту службы, как правило, направляют свою визитную карточку с надписью p. p. тем сотрудникам министерства иностранных дел страны пребывания, с кем им предстоит часто встречаться по рабочим вопросам, а также своим коллегам из других посольств.

Такая практика заочного представления получает более широкое распространение. Вполне уместно после назначения на новое место работы направить свои визитные карточки коллегам из других организаций или фирм.

Направляя визитные карточки заочно, желательно сопроводить их кратким письмом или запиской с выражением надежды на продолжение знакомства.

Направляя личную или семейную карточку замужней женщине, вы должны направить ее в двух экземплярах. Женщина-дипломатический сотрудник также отправляет супружеской чете две свои карточки.

Супруги, оставляющие визитные карточки в доме другой супружеской пары, оставляют одну визитную карточку супруга для мужа и одну семейную карточку для жены (в Англии оставляются две карточки супруга и одна карточка жены).

Все полученные визитки целесообразно систематизировать с учетом сферы деятельности их владельцев, по организациям, по алфавиту. Удобны для хранения карточек специальные визитницы или визиткарды. Если руководитель имеет секретаря, эту работу можно поручить ему.

Анализ визитных карточек – следует сказать, что во многих фирмах за рубежом такая работа ведется постоянно, – может дать дополнительную информацию о статусе ее владельца, организации, которую он представляет. Адрес показывает территориальное расположение – центр города, окраина, новые перспективные районы и т.п. Не случайно некоторые бизнесмены, чьи офисы расположены в малопрестижных районах, арендуют, покупают себе почтовые адреса. Можно узнать, является ли человек, вручивший визитную карточку, представителем фирмы, имеющей собственное здание, т.е. солидной фирмы, арендует ли она этаж в элитном офисном здании или имеет небольшое служебное помещение, затерянное среди корпусов жилой застройки. То же – с телефонами. Чем больше телефонных номеров, номер с секретарем, номер АТС и т.п., тем более крупной и серьезной представляется фирма.

Визитные карточки, собранные на протяжении ряда лет активной деятельности фирмы, делового человека, могут составить ценное досье, стать основой картотеки действующих или потенциальных партнеров, клиентов, различных «полезных» людей и организаций. Визитки могут лежать без движения в вашем текущем архиве, но в случае необходимости быть востребованы как информационная единица, как инструмент для восстановления знакомства. Профессиональному секретарю нужно понимать роль и значение визитных карточек, различать их виды и функциональное назначение, процедуры их использования. Понимать «зашифрованные» символы надписей на карточках, все случаи, когда на присланные визитки следует дать ответ и, как положено, не позднее, чем через 24 часа после ее получения.

В приемной у секретаря всегда должен быть запас представительских карточек фирмы и руководителя. Желательно, чтобы компания считала нужным заказать специальную визитку для секретаря, в организаторской и представительской работе которого она будет очень полезной.

## 6. Хранение визиток

Мужчины хранят визитные карточки во внутреннем кармане пиджака, женщины – в специальной визитнице, которая тоже сама по себе является предметом имиджа. Крутить в руках полученную визитку, мять ее и тем более засовывать в задний карман брюк – верный путь к загубленному контракту.

В любом случае, мы рекомендуем хранить визитки в визитнице.

Если постоянно носить визитки в кармане брюк и т.п. – то в любом случае у Вас будут замятые уголки, визитка будет выглядеть потрёпанной и неаккуратной, что негативно скажется на Вашем имидже.

## 7. Способы отделки

Тиснение фольгой

Чаще всего на заключительной стадии используется плоское горячее тиснение фольгой. Это процесс придаст необычность карточке, а Вашей фирме вес. Но за красоту придется платить больше, ведь этот процесс требует специального оборудования, изготовления полимерного или цинкового клише (около 10 у. е. на тираж), а также расхода фольги.

Конгрев

Еще большую привлекательность и загадочность карточке придаст конгрев. Это рельефное тиснение либо фольгой, либо без нее. Такая штука обойдется Вам дорого, т.к. потребует изготовления дорогого латунного или магниевого клише (добавьте к стоимости визиток еще от 30 у.е. за простое изображение и до 300 у.е. за многоуровневое или мелкорельефное изображение). Для конгрева также потребуется изготовить ответную часть для клише.

Термоподъем

Очень выигрышным и модным видом отделки является термоподнятие (вспенивание).

Суть процесса состоит в том, что свежий оттиск посыпается специальным порошком, который прилипает к краске. Потом лист подается в зону сильного нагрева, где порошок оплавляется и образует выпуклый рельеф. Т.е. буквы становятся объемными. Такие визитки также дороже обычных, к тому же редко кто берется за такую работу, она требует особой тщательности и дает очень много брака.

## Заключение

Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаем. Имя, как правило, выделяется легко читаемым полужирным шрифтом слегка большего размера. Не рекомендуется использовать сложные готические или декоративные шрифты. Будьте осторожны с использованием курсивного начертания шрифтов, особенно, если у вас редкая или труднопроизносимая фамилия или же речь идет о карточке на иностранном языке.

Как правило, визитная карточка должна иметь черный текст на белом фоне, напечатанный поперек карточки без каких-либо рамок или завитушек. В последнее время типографии предлагают широкую гамму цветных карточек, карточек на пластмассе или даже на коже, но нормы строгого этикета не рекомендуют далеко отходить от черно-белой гаммы. Предпочтительней сосредоточиться на выборе отменного качества бумаги, которая может быть слегка тонирована, иметь сатинированную поверхность. Старайтесь избегать и глянцевой поверхности карточек. Цветные и необычные карточки пока остаются уделом художников, типографов, а также коммивояжеров, работников служб сервиса и рекламных агентов. Черная рамка на визитной карточке допускается в знак траура.

В России и во многих двуязычных странах широко применяются двусторонние карточки – с текстом на другом языке на оборотной стороне. Если придерживаться строгих протокольных норм, то это не совсем верно. Ведь оборотная сторона предназначена для того, чтобы на ней можно было бы сделать какие-то записи. Если у вас есть возможность, постарайтесь заказать отдельные карточки на русском и иностранном языках. Но тем не менее двусторонние карточки вполне допустимы – главное соблюсти правила написания карточек на иностранном языке.

Личная визитная карточка может содержать ваши фамилию и имя. Здесь же может быть указано ваше отчество или инициал – в зависимости от вашего имиджа, возраста, национальных и культурных традиций. На личной визитной карточке можно дать также те дополнительные сведения, которые вы хотите о себе сообщить (адрес, телефон(ы), номер пейджера, адрес электронной почты и пр.). Стоит подумать, какие минимальные сведения вы хотели бы сообщать о себе – номер телефона всегда можно приписать от руки. Дополнительные сведения, как правило, печатаются более мелким шрифтом в правом нижнем углу. Личная карточка может содержать и сведения о вашем звании или ученой степени (профессор, доктор, генерал-майор, кандидат технических наук и т.п.) – эти сведения указываются под именем. Не удивляйтесь, если на личной карточке вашего зарубежного знакомого вы найдете не его домашний адрес, а адрес его клуба (бывает, что указывается как клубный адрес – в левом нижнем углу, так и домашний – в правом нижнем углу). Женщины обычно не указывают каких-либо дополнительных сведений на своей личной визитной карточке – только имя, отчество и фамилию. Все остальные данные могут быть внесены от руки.

Разновидностью личной карточки является семейная визитная карточка. Она используется при знакомстве, направлении поздравлений друзьям семьи, прилагается к подаркам. Необходимо помнить, что имя жены ставится перед именем мужа. Адрес на семейной визитке может не указываться.

## Список литературы

1. Браим И.Н. Этика делового общения: учебное пособие. Минск: НКФ «Экоперспектива». 2006.

Де Джордж Р.Т. Деловая этика. В 2-х томах. Пер с англ. – СПб.: Экономическая школа; М.: Издательская группа «Прогресс». – 2001.

Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. М.: Дело, 2002.

Уткин Э.А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. – М.: Зерцало. – 2006.

Шихарев П.Н. Этические принципы ведения дел в России. М.: Финансы и статистика, 2005.

Шпотов Б.М. Деловая этика и менеджмент: проблемы взаимодействия. // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – №6.