**Оглавление**

Введение 2

Из истории визитных карточек 4

Виды визиток 9

Этикет визитных карточек и требования к ним 11

Изготовление визиток 16

Заключение 18

Список использованных источников и литературы 19

# **Введение**

«По Вашей визитке о Вас судят больше

и увереннее, чем по костюму или автомобилю»

*Джон Фрюлинг*

Вырабатываемые людьми правила общения между собой, а также знания о средствах, делающих его более комфортным, передаются из поколения в поколение. При первоначальном знакомстве между людьми одним из таких обязательных атрибутов была и остается по сей день визитная карточка.

Еще несколько лет назад использование визитной карточки в деловом мире России было редкостью. Ей просто не было места в жесткой, регламентированной административно-командной системе управления. Сейчас визитные карточки получили большое распространение, поскольку являются обязательным атрибутом при установлении деловых отношений с представителями фирм, особенно при первых встречах. Визитные карточки активно применяются на Западе. В некоторых странах – таких, как Япония, Китай, Корея, Гонконг, - они в большинстве случаев заменяют любой документ, удостоверяющий личность. Таким образом, визитка выполняет в этом случае идентификационную функцию.

Визитки — один из самых распространенных видов полиграфической продукции. Практически никто, наверное, «не избежал» знакомства с ними. Почти у всех фирм, заказ полиграфии начинается именно с визиток. У визиток богатая история, существуют интересные правила оформления.

Визитная карточка (визитка), ее также называли визитным билетом, - это карточка с указанием имени, фамилии, звания и других сведений о лице, вручающем или оставляющем ее при знакомстве или посещении кого-либо. Визитную карточку оставляют какому-либо лицу также и в знак уважения, почтения. Визитные карточки могут представлять как частное лицо, так и фирму (рекламные карточки).

Визитная карточка имеет уже достаточно длинную историю. На вопрос, когда изобрели визитные карточки, исчерпывающего ответа нет до сих пор. Сегодня нет полной ясности в том, кто же все-таки изобрел визитные карточки: французы, немцы или китайцы, хотя, возможно, со временем, история все расставит на свои места в этом спорном вопросе.

В представленной работе поставлена цель – наиболее и всесторонне рассмотреть визитные карточки, для чего необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить исторические этапы появления и развития визитных карточек в России и за рубежом;
2. Классифицировать визитки по видам;
3. Выявить современные требования к визитным карточкам;
4. Рассмотреть этикет карточек;
5. Дать анализ процессу изготовления визитных карточек.

При написании работы автор использовал книги по деловому этикету под авторством Браима М.Н., Кузина Ф.А., Сухарева В.А. и др., а также статьи периодических изданий последних лет для более полной картины в сфере изготовления визитных карточек и требований к ним на современном этапе.

# **Из истории визитных карточек**

Считается, что в современной форме визитные карточки впервые появились в Китае еще во времена изобретения пороха. Галлы оспаривают это мнение и утверждают, что визитные карточки появились на их землях уже в 17-м веке. Однако наиболее ранний образец визитной карточки, датируемый 1786 годом, был найден в Германии, бытует мнение, что продавались они на одной бумажной фабрике в Лейпциге.

Некоторые исследователи утверждают, что первые визитные карточки появились во Франции во времена Людовика XIV — «Короля-Солнца», где стали вещью репрезентативной, торжественно представляя своего хозяина во всем блеске его положения.

Более широкое распространение визитные карточки получили по одним сведениям к середине XVIII века. В это время они стали частью этикета, с не менее сложными правилами, чем правила столового этикета. Прародителями визитки были игральные карты: проигравшиеся картежники записывали на картах свой долг, имя и адрес, по которому можно было получить выигрыш. Визитная карточка использовалась в то время только знатными людьми, обладающими титулами, званиями, землями и лошадьми. Ее изготовлением занимались целые поколения художников и дизайнеров.

Визитки в XVIII веке были трех разновидностей. Одни стали прототипом наших адресных и рекламных визитных карточек, как, например, карточка художника Choffard'а - одного из лучших рисовальщиков и исполнителей виньеток времен Людовиков. Того самого Choffard'а, который так красиво в свое время проиллюстрировал "Метаморфозы" Овидия, басни Лафонтена и др. Другим примером визитки того времени, также являющейся прототипом наших визитных карточек, выполненной, однако, куда красивее и интересней, может служить дошедшая до наших времен карточка офицера пехотного полка de Monsieur (так официально титуловался во второй половине XVIII века брат короля): с изображением фамильного герба в виньетке, военных трофеев и флага, украшенных лавровыми ветками (работа Choffard'а).

Наконец карточки третьего типа, которыми нередко пользовались русские вельможи и деятели Екатерининского времени, представляли из себя виньетку с эмблематическим рисунком. Например, на карточке И. И. Бецкого, президента Императорской академии художеств, изображен амур, появляющийся из облаков и держащий ленту над овальным, обрамленным веткой лавра щитом - поле щита предназначалось для автографа.

В конце восемнадцатого века на визитных карточках стали воспроизводить пышные гербы их владельцев. Широкое распространение визитные карточки получили только в XIX веке, тогда и сложились определенные правила пользования ими.

Период бурного расцвета вскоре сменился на другую противоположность, и в качестве визитных карточек начали использовать обратную сторону обычных игральных карт. Необходимую информацию записывали просто от руки с помощью карандаша или ручки. Так, одна из карточек найденных при реконструкции в одном из домов на Дин Стрит в Лондонском районе Сохо, содержала имя Исаака Ньютона.

В России визитные карточки появились как заимствование из французского придворного этикета при Екатерине II и почти не отличались от европейских аналогов — та же изощренная гравированная орнаментика, причудливые гербы владельцев. Просвещенная императрица всячески поощряла полезные нововведения в области этикета. Функциональное назначение карточки в те времена было несколько иное, нежели нынешнее. Первоначально визитка не выполняла никаких рекламных функций. Оставленная кому-либо карточка означала лишь одно: "Я приветствую Вас".

В середине XIX века в период формирования нового класса- буржуазии - оформление карточек существенно меняется. Визитка по дизайну становится более лаконичной: исчезают художественные излишества в оформлении, на первый план выступают шрифты. Орнамент служит только как дополнение к шрифтовой композиции. Появились визитки, порой удручающие своей простотой.

Постепенно вырабатываются правила оформления визиток. На визитной карточке указываются сначала имя и отчество, и только потом фамилия.

Другой важнейший канон - это удобочитаемость. С середины XIX века параллельно с типографским способом изготовления карточек сохраняется и рукописное их оформление. При заполнении специальных заготовок для визитных билетов пользовались орешниковыми чернилами. Изготавливаемые из наростов, образующихся на стволе орешника, нанесенные на бумагу чернила приобретали со временем нежно-коричневый цвет.

Позднее, на рубеже XIX и ХХ веков, дизайн визитки опять усложняется: используются шрифты ручной работы, орнаменты, гравюры с эмблемами (грозди винограда, голубка с письмом в клюве, якорь и т.п.) и даже с портретами владельцев. Разработку дизайна визитных карточек заказывают таким известным художникам, как Бакст, Бенуа. Для заготовок стали использовать цветной картон и полукартон. Обрез карточки золотят сусальным золотом, закругляют уголки. Появляются специальные конвертики для визиток, пользующиеся большой популярностью. В них визитки рассылались по городам и странам. Для этого на конверт достаточно было наклеить почтовую марку и написать адрес. Общество Святой Евгении из Санкт-Петербурга стало специализироваться на издании большими тиражами заготовок для визитных карточек и миниатюрных конвертов к ним.

Указание на визитках адреса владельца становится обязательным элементом ее оформления, однако на дамских визитных карточках его печатать не принято.

По форме визитные билеты также были весьма разнообразны. Дамские билеты выглядели изящнее и миниатюрнее. Мужские же, наоборот, часто имели большие размеры и порой достигали формата стандартного почтового конверта.

Визитные карточки в XIX веке были удовольствием дорогим: 100 штук стоило 10-15 рублей. Полиграфические фирмы пытались всячески привлечь богатого клиента: за заказ визиток на сумму от 50 рублей дарили серебряный портсигар, а если заказ превышал 100 рублей – золотые часы. Можно было сделать визитку в единственном экземпляре, заказав ее у граверов, которые работали, как правило, во всех больших магазинах. Эти визитки очень нарядные: гравер тонким ножиком очень аккуратно вырезал картон в виде рисунка. Такие визитки делались к памятной дате или во время ухаживаний жениха. На них вытеснены либо голуби, либо цветы. Бумага для визитных карточек продавалась в специальных коробках по 100 – 200 штук. Можно было купить бумагу с буквами по углам: «П» значила поздравление, «О»– отъезд, следовательно, прощальный визит, «Ж» – желание осведомиться о состоянии здоровья хозяина, «В» – возвращение из продолжительной отлучки. В случае отсутствия хозяев дома загибался один из углов, где находилась буква, обозначающая цель визита. Вообще, если хозяин дома женат, то полагалось оставлять две карточки с загнутыми углами, а если в семье есть и взрослые дочери – то прибавляется еще одна карточка. Очень часто имена дочерей, представляемых в обществе, писались на одной визитке с именем матери, это как бы ставило молодых особ под покровительство.

Сделать заказ на изготовление визитных карточек можно было в книжных магазинах, табачных лавках, а также непосредственно в типографиях, где их печатали.

После революции визитки в России исчезли. Их искоренили как класс, объявив буржуазным пережитком, барством.

Когда же визитку все-таки реанимировали в СССР, «лицо» ее обрело особые, «советские» черты. Появилась, к примеру, дурная, но стойкая манера писать фамилию владельца карточки впереди имени. Иностранцев это и по сей день приводит в недоумение. [Речь идет о визитках «на экспорт» — в английском языке принято писать сначала имя, а затем фамилию (last name). Эти же проблемы возникают и при написании почтового адреса: в английской традиции сначала пишется улица с домом и квартирой, затем город, и только потом страна. Для визиток, предназначенных соотечественникам, положено: сначала фамилию, а потом имя.

Характерная черта: все советские визитки одинаковы на вид. Никаких шрифтовых изысков, единый формат! И хотя «вертикальная» визитка появилась еще в конце прошлого столетия (ее «изобрел» испанский архитектор зданий-вертикалей Гауди), все советские карточки — как правило, «горизонтальные». Само наличие визитки в советское время было сигналом, знаком принадлежности человека к касте немногих избранных. Сотрудники обкомов, райкомов, руководители «крупного калибра» — вот основные владельцы визиток. Ну и там... дипломаты, космонавты, выездные деятели культуры. Визитки печатали в типографии. А это цензура. Порядок был таков: заявление в органы местной власти (с убедительным объяснением — зачем вам визитка), затем ожидание. И отказ или разрешение.

Грянула эпоха свободы в нашем отечестве: иметь визитные карточки стало можно всем! Без разрешения. Тронулся лед в рядах творцов-дизайнеров. Появился спрос, зашевелились заказчики. Подступала новая «эра визиток», не менее яркая, чем на восходе века.

Но это были уже совсем другие визитки. «Старый добрый визитный билет» возвратился в ином качестве и обличье. Исчезло трогательное «с совершенным к Вам почтением имею честь быть». Канули в Лету былые свойства визитки: церемонность, ненавязчивость, вежливость к получателю. Знак внимания заменился на саморекламу. Вместо почтительного напоминания о себе теперь нам вручают информацию, порой напористую и агрессивную. Что ж, нормальный исторический процесс. Визитка — всего лишь осколок зеркала жизни, отразивший стиль новых отношений.

Новая визитка обретала облик типичной «business card», утрачивая старомодный стиль визитного билета. И ее качества становились все более деловыми. Маленькой визиткой порой поручались особые права, если получали ее от большого человека. И все же главное свое свойство — представительность — современная визитка не утратила. Она стала более нарядной, декоративной, «разговорчивой», иногда даже слишком болтливой.

Тексты разместились как с лицевой, так и с оборотной стороны. Вслед за многими европейскими странами и у нас появились «двойные» и даже «тройные» карточки-раскладушки, со сгибами. В малютку-визитку современные владельцы стремятся втиснуть как можно больше информации: эмблемы и символы, товарные знаки, фотографии, рисунки гербов и флагов! Но среди этой неразберихи существует особый класс профессионально художественно сделанных стильных визитных карточек. Такие визитки становятся произведениями искусства.

# **Виды визиток**

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.

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.).

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.

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.

# **Этикет визитных карточек и требования к ним**

Визитная карточка - 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 родном языке владельца карточки. На самой поверхности лежат требования к форме и содержанию визиток, вытекающие из явно выраженной специфики компании. Например, если они принадлежат фирме страхования автомобилей, уместно сделать их на самоклеящейся бумаге и с ярким оформлением, чтобы владельцы машин могли (и захотели!) наклеивать их в салоне машины. Если визитка принадлежит врачу или парикмахеру, можно использовать ее одновременно и как талончик записи на прием - достаточно сделать на обороте поля для пометки даты и времени визита. Менеджеру, продающему небольшой стандартный набор товаров или услуг, – указать их перечень. Требования к оформлению визиток для бизнесменов не так строги.

Но все же лучше, когда визитка имеет классический вид:

* наверху по центру - название фирмы (организации, учреждения),
* ниже по центру – имя, отчество и фамилия, еще ниже - должность;
* в правом нижнем углу - телефон, факс, пейджер, адрес электронной почты.
* в левом нижнем углу - адрес почтовый, сайт
* логотип, если он есть, указывается в центре или в левой верхней части визитной карточки.

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, 90 х 50 мм и 80 х 40 мм. Визитная карточка молодой девушки может быть еще меньше - как правило 70 х 35 мм. Следует подумать о том, чтобы и ваша карточка имела стандартный размер, и ее не пришлось подгибать или подрезать. Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаем. Имя, как правило, выделяется легко читаемым полужирным шрифтом немного 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.

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.

Есть мнение, что двусторонние двуязычные визитки дают возможность сэкономить, но не приветствуются специалистами по бизнес-этикету. Уж если есть необходимость в англоязычной информации, лучше иметь специальные карточки для западных партнёров. А обратная сторона должна быть девственно чистой, и именно на ней при необходимости положено писать дополнительную информацию или короткие записки-сообщения.

Если на визитке есть логотип, его цвета должны быть соблюдены идеально. Когда карточка молдавского дилера и карточка зарубежного босса, отпечатанные в разных странах, не отличаются по цвету - это действительно впечатляет, потому что демонстрирует серьезность подхода к партнерству. То же самое относится к выбору шрифтов и общему стилевому оформлению.

Впрочем, это требование важно и в том случае, если фирма не работает в кооперации с другими партнерами. Различающиеся логотипы у разных ее сотрудников или на разных визитках одного человека, отпечатанные через некоторый промежуток во времени, явно не послужат укреплению имиджа предприятия.

Шрифт визитных карточек зависит от местной практики (традиций) и строго не регламентируется. Общие требования к шрифту визитных карточек заключаются в том, что он должен быть легко читаем. Имя, как правило, выделяется легко читаемым полужирным шрифтом немного большего размера. Не рекомендуется использовать сложные готические или декоративные шрифты.
Развитая индустрия производства визитных карточек и их доступность привела к тому, что в некоторых странах их наличие при деловых контактах стало обязательным условием.

Этикет визитной карточки. Примерно со второй половины XIX века визитная карточка служит рекомендацией. Когда нет времени для составления рекомендательного письма, человек может просто передать свою визитку по назначению, написав на ней фамилию того лица, кого рекомендует.

По правилам протокола в определенных случаях на визитной карточке в нижнем левом углу могут быть проставлены от руки буквенные обозначения повода, по которому послана или оставлена визитка. В левом нижнем углу, в зависимости от конкретного случая, делаются следующие сокращенные надписи простым карандашом.

Поздравление. В таких случаях ставятся сокращенные обозначения соответствующих французских слов: p.f. (pour feliciter) – чтобы поздравить; поздравляю; на счастье. "P.f.v." (pour fair visite) – с желанием навестить.

В новогоднем поздравлении к ним добавляются еще две, и надпись на визитке выглядит так: p.f.N.A. (pour feliciter Nouvel an) - “чтобы поздравить с Новым годом”.

Если визитную карточку посылают в ответ на новогоднее поздравление, то в ней нужно не только поблагодарить, но и, в свою очередь, поздравить партнера. Для этого следует написать p.r.f.N.A. — “чтобы поблагодарить и поздравить с Новым годом”.

p.r. (pour remercier) - выражение благодарности;

Соболезнование. Визитную карточку с буквами p.c. (pour condoleance) - в качестве соболезнования следует посылать в случае смерти делового партнера.

Прощание при отъезде на длительный срок. Если человек, уезжая из страны, где он находился с визитом, не нашел возможности лично проститься с деловым партнером, соблюсти правила приличия поможет его визитная карточка с надписью: p.p.c. (pour prendre conge) - “в знак прощания”. P.f.c. – pour feire connaissance – в честь прекрасного знакомства.

Представление. При желании быть заочно представленным кому-либо необходимо послать свою визитную карточку вместе с карточкой другого лица, уже знакомого с тем, кому посылающий свою визитку хочет представиться. На его визитной карточке должно быть написано p.p. (pour presenter) – разрешите представиться. В ответ лицо, которому человека представили, присылает свою карточку.

p.f.c. (pour faire connaissance) - выражение удовлетворения знакомством.

Сообщение о перемене адреса. Можно послать деловому партнеру старую визитную карточку вместе с новой.

Это стандартная международная символика, которая одинаково понимается во всех цивилизованных странах. В менее официальных случаях и в зависимости от характера отношений с адресатом на визитных карточках делаются и другие надписи, обязательно в третьем лице. Например: "Благодарит за новогоднее поздравление", "Благодарит за внимание", "С наилучшими пожеланиями" и т.д. При состоявшемся знакомстве первым вручает визитную карточку тот, чей ранг и должностное положение ниже. Если партнеры находятся на одном должностном уровне, первым вручает карточку лицо, младшее по возрасту. Если должностное положение и возраст партнеров одинаковы, первым вручает свою визитную карточку тот, кто окажется более вежливым.

При визите за рубеж процедура обмена визитными карточками облегчается, поскольку согласно этикету первыми должны вручать свои визитные карточки хозяева. Этим правилам особенно строго следуют японцы и корейцы, для которых нарушение иерархии равносильно оскорблению.

Действуют простые, но обязательные правила вручения визитной карточки: полагается передавать ее партнеру повернутой так, чтобы он мог сразу прочитать текст. Следует вслух произнести свою фамилию, чтобы партнер смог более или менее усвоить произношение имени владельца карточки. В Азии визитки положено вручать обеими руками, на Западе особого порядка на этот счет не существует. Принимать визитные карточки нужно тоже обеими руками или только правой рукой.

Во время переговоров следует положить визитные карточки перед собой, чтобы не путаться в именах. Лучше рассортировать их в том порядке, в каком партнеры будут сидеть на деловой встрече. Нельзя мять чужие визитные карточки, делать на них пометки, вертеть в задумчивости на глазах у хозяина карточки, т.к. это может восприниматься как неуважение к собеседнику. Серьезным нарушением правил этикета обмена визитными карточками будет являться, если деловой партнер, принимающий визитку, не узнает лицо, с которым когда-то обменялся визитными карточками.

Визитные карточки вручают адресату либо лично, либо оставляют у него дома при его отсутствии, либо посылают с курьером или шофером.

Не рекомендуется, но и не исключается посылать визитную карточку по почте. Если карточки посылаются в одном конверте, адресованном фирме, для нескольких лиц, то в левом верхнем углу каждой из них необходимо написать фамилию лица, которому она предназначена. Визитные карточки никогда не подписываются. Дата на них тоже не проставляется.

Отвечают на визитные карточки также визитными карточками в течение суток с момента получения. Так, если пришло поздравление, нужно поблагодарить за него. Лучше не отвечать на визитные карточки по телефону. Если это было сделано, то, выслушав благодарность по телефону, партнер может воспользоваться звонком для обсуждения дела.

Бизнесмену рекомендуется всегда иметь при себе не менее десяти своих визитных карточек.

# **Изготовление визиток**

До недавнего времени процесс изготовления визитных карточек оставался почти таким же, как и несколько веков назад. Для ее изготовления требовалось специальное оборудование, доступное только в специальных мастерских. Раньше это были кисти и штампы, а позже - специальное типографское оборудование. Как и несколько веков назад для оформления визитной карточки требовался труд художника или дизайнера. Процесс изготовления занимал от нескольких часов до нескольких дней.

Возможности современной полиграфии предоставляют колоссальное разнообразие вариантов. В основном, визитные карточки, изготавливаются тремя способами: тиснением фольгой, шелкографией и офсетной печатью.

Встречаются визитки, отпечатанные и другими способами (печать на лазерном или струйном принтере с последующей ламинацией или без нее, ризография и т.д.), но это нетипично и продиктовано соображениями либо экономии, либо крайней срочности.

Чем эти способы различаются и как изготовленные ими визитки отличить друг от друга?

Тиснение - легко распознать по небольшой "вдавленности" букв в бумагу. Технология основана на переносе фольги на основу. Фольга может быть разных цветов. Переливающийся, как мыльный пузырь, логотип на визитке вашего приятеля - тоже тиснение специальной голографической фольгой. Способ особенно часто встречался в самых первых молдавских визитках, но не редкость и сегодня. Главное достоинство (оно же - недостаток) - малые партии (нормальным считается 50-100 визиток).

Шелкография - перенос краски на основу через специальное сито. Визуально определяется легкой выпуклостью в месте нанесения краски. Пожалуй, самый популярный в Кишиневе способ изготовления визиток. Обычный тираж - 150-200 штук. Печать может осуществляться как на кустарном оборудовании, так и на специализированных станках.

Офсетная печать - изготовление визиток в профессиональных типографиях, тем же способом и на том же оборудовании, на котором печатаются проспекты, плакаты, книги. Наиболее цивилизованный способ изготовления визиток. Основной "недостаток" - большой тираж (от 200 штук не менее чем для четырех сотрудников фирмы). Все остальное - достоинства (богатый выбор цвета, вплоть до полноцветной печати, высокое качество изготовления).

# **Заключение**

Визитная карточка - допустимая и даже обязательная часть «саморекламной» кампании любого делового человека.

Любая визитная карточка, оставшаяся у собеседника, создает у него ассоциацию с ее владельцем. Поэтому она должна быть сделана так, чтобы вызывать положительные эмоции у того, кто на нее смотрит. Визитка должна быть содержательной, то есть доносить ясную и лаконичную информацию о своем владельце. Дизайн визитки напрямую связан с родом деятельности компании, которую представляет ее владелец. Если речь идет о крупном банке или серьезной производственной фирме, то визитки стоит выдерживать в консервативном стиле.

Для того, чтобы впечатление было наиболее сильным и закрепилось надолго, помимо использования описанных в работе приемов нужно не так и много — хозяин карточки просто должен быть профессионалом в своем деле, образованным и приятным во всех отношениях человеком.

# **Список использованных источников и литературы**

1. Благосклонов А. Делаем правильную визитку. //Эксперт. 1999. № 5.
2. Браим М.Н. Этика делового общения. Минск, 1996.
3. Визит-эффект. //Профиль. 2002. № 9(279).
4. Дараховский И.С., Прехул Т.В. Бизнес и менеджер. М. Юнити, 2000.
5. Зайцева О. Карточный разбор: Правильная визитка может быть даже предметом коллекционирования. //Версия. 2003. № 11.
6. Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. М.: Прогресс, 2002.
7. Рингис А. Визитку Путина сдали в музей. //Печатное дело. 2003. №4 (64).
8. Сухарев В.А. Быть деловым человеком. Симферополь, 2001.
9. Чередниченко С. Из истории визитной карточки. //Я & Бизнес. 2001. № 3.
10. Честара Дж. Деловой этикет. М., 1997.
11. Ягер Дж. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М.: Джон Уайли энд Санз, 1995.