**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение………………………………………………………………………………………….3

 1, Служебная этика…………..…………………………………………………………………4

#  2. Общение руководителя с подчиненными…………………..……………………………...4

#  3. Общение между сотрудниками……………..………………………………………………7

# Заключение……………………………………………………………………………………..10

**ВВЕДЕНИЕ**

Бесспорным является тот факт, что вне общения нет личности. Но процесс общения не может носить спонтанного, непредсказуемого характера. Чтобы он протекал нормально, бесконфликтно, и приводил к ожидаемым и значимым для обеих сторон результатам, он должен подчиняться определённым правилам внешнего поведения, совокупность которых обозначается понятием «этикет».

Однако сами неписаные правила, регулирующие внешние проявления взаимоотношений людей, воспитывающие привычку согласовывать свои поступки с представлениями об уважительности, доброжелательности и доверии, были выработаны гораздо раньше. Они обусловлены потребностями выживания и нормального функционирования социального организма, необходимостью приглушить заложенные в каждом индивиде природные инстинкты и противопоставить им правила общения, основанные на взаимном уважении интересов и на взаимоподдержке.

Достаточно распространена точка зрения, согласно которой этикет, как элемент внешнего поведения человека, органически не связан с его нравственностью: человек с изысканными манерами, с детства впитавший премудрости политеса, может оставаться высокомерным, негуманным, безнравственным. Однако такой человек вряд ли сможет долго вводить в заблуждение окружающих его людей относительно права называться человеком культурным, воспитанным. Внешняя форма поведения, лишённая нравственной основы, теряет свой смысл, приобретая лишь вид замаскированного хамства и неуважения к людям, которое рано или поздно выйдет наружу. «Ледяная» или «хамская» вежливость не имеют ничего общего с подлинной культурой человека. Правила этикета, соблюдаемые лишь внешне, позволяют человеку в зависимости от обстоятельств и индивидуальных черт характера с лёгкостью отступать от них.

1. **СЛУЖЕБНАЯ ЭТИКА**

Служебная этика - самое широкое понятие в сфере профессиональной этики. Под служебной этикой понимают совокупность наиболее общих норм, правил и принципов поведения человека в сфере его профессиональной, производственной и служебной деятельности. Эти нормы должен соблюдать каждый человек, начавший работать. Количество этих норм невелико. Подавляющая часть их формулируется в предельно общем виде, с тем, чтобы быть детализированными применительно к конкретным видам деятельности. Требования служебной этики:

Дисциплинированность. Конкретизация этого понятия происходит в зависимости от специфики и содержания труда.

Сбережение материальных ресурсов, предоставляемых работнику для осуществления производственной деятельности. Эти ресурсы могут быть самыми разными. Необходимость восполнять утраченные ресурсы тяжким грузом ложится на прибыль и себестоимость продукции, отсюда требование сводить потери к минимуму. В эту норму входит сбережение тепла, зданий, техники, материалов и т.д.

Корректность межличностных отношений. Человек в сфере своей трудовой деятельности должен вести себя таким образом, чтобы как можно меньше возникало межличностных конфликтов, и чтобы другим людям было комфортно работать рядом с ним при прямом и косвенном межличностном контакте.

Все эти требования делятся на две подгруппы. Первая подгруппа: включает в себя требования в межличностных контактах по горизонтали(подчинённый – подчинённый, руководитель-руководитель). Вторая подгруппа: включает в себя требования в межличностных контактах по вертикали (подчинённый - руководитель).Тут главное требование к подчинённому - признание самого права руководителя отдавать распоряжения, что включает функциональные обязанности, принятые на себя человеком по трудовому договору.

Подчинённый должен, исходя из этих обязанностей, соответствующим образом строить своё поведение, и не использовать различные формы уклонения от исполнения распоряжений. Уклонение может быть гласным, публичным, с выставлением определённых условий руководителю. Может быть скрытым, принимать характер тайного (с помощью мимики, жестов, отдельных слов) провоцирования руководителя на открытые действия против подчиненного. В этих ситуациях подчинённый для окружения часто может представляться страдающей стороной, а реакция на него руководителя - неадекватной. Одной из причин подобного поведения подчинённых может быть стремление нажить определённый социальный капитал, выглядеть гонимым, приобрести статус неформального лидера, добиться каких либо льгот для себя и т.д.

# ОБЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ С ПОДЧИНЕННЫМ

ОБРАЩЕНИЕ.Стиль общения руководителя с сотрудником (т. е. подчинённым) зависит от общего стиля отношений в коллективе. Руководитель, как правило, должен обращаться к сотрудникам по имени и отчеству. Обращение по фамилии с добавлением слова «господин» возможно, но у нас в стране пока не распространено. Не стоит также обращаться к подчинённым по имени, да ещё в сокращённом варианте. В нашей стране испокон веков принято уважительно называть людей по имени и отчеству. Такова наша давняя традиция. По имени можно обращаться к ближайшим сотрудникам, если они молоды и не возражают против такого фамильярного обращения.

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой вопрос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно по несколько раз "Как дела?", всегда необходимо помнить о чувстве меры. Ничего не ответить невежливо; буркнуть "нормально" и пройти мимо тоже невежливо, если не грубо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах — прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает отвечать примерно следующее:

"Спасибо, нормально", "Спасибо, пока жаловаться грех", и в свою очередь поинтересоваться: "Надеюсь, что и у Вас все обстоит нормально?". Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех, следуют сложившимся в России нормам: "Не сглазь, когда дела идут хорошо".

Однако у чехов, словаков, поляков и югославов на вопрос "Как дела?" правилами делового этикета не возбраняется кратко рассказать о трудностях, пожаловаться, например, на дороговизну. Но говорят об этом бодро, подчеркивая, что деловой человек преодолевает трудности — их немало в его деле, но он знает как с ними справиться, и гордится этим. А без трудностей и забот живет только бездельник.

УМЕНИЕ СЛУШАТЬ. Следующий немаловажный этап. Умение слушать своих сотрудников. Многим представляется: что может быть проще, чем уметь слушать! Но слушать, это не значит бездействовать. Слушая, необходимо вникнуть в смысл не только того, о чем говорит собеседник, но и понять, для чего он это говорит, что он от вас хочет, с чем он к вам пришел. Что вы можете для него сделать? Не спешите перебивать собеседника, дайте ему выговориться.

Но подлинного делового общения руководителя со своими сотрудниками часто не происходит по целому ряду причин, главная из которых — наличие социальных, психологических и других барьеров. Перечислим наиболее характерные из них:

* Отсутствие психологической совместимости руководителя и сотрудника (отдельные черты характера, манеры поведения одного не нравятся другому). Руководитель (или, наоборот, сотрудник) когда-то в какой-то ситуации допустил неуважительное отношение. И это отчуждение продолжает быть барьером в ситуациях общения.
* Руководитель или подчиненный были ранее неискренни, а еще хуже, один совершил нечестный поступок по отношению к другому. Это надолго, а иногда навсегда, создает барьер для общения.
* Собеседники не называют друг друга по имени и отчеству, а сугубо официально обращаются на «вы».
* Выражение лица одного из собеседников бесстрастное, равнодушное, а иногда даже скучное по отношению ко всему тому, что говорит другой.
* Один (руководитель или сотрудник) считает другого некомпетентным, профессионально неподготовленным.
* У одного из собеседников отсутствует чувство юмора (один пошутил, а другой эту шутку либо не понял, либо воспринял как личное оскорбление).
* Руководитель систематически стремится показать свое превосходство и тем самым подавляет и даже унижает своего сотрудника.
* Отношения носят слишком формальный, официальный характер.
* Руководитель в ситуации общения периодически отвлекается (на телефонные разговоры, продолжает что-то писать, имеет безучастный вид).
* Руководитель не входит и не хочет даже внешне войти в положение сотрудника и тем самым как бы иллюстрирует свое безразличие к своему сотруднику.
* Один из собеседников по отношению к другому ведет себя высокомерно, общается в назидательно-поучительном тоне.
* Для общения неблагоприятная обстановка (много посторонних людей, слишком холодно или, наоборот, слишком жарко в помещении).
* По одежде, манере вести себя или каким-то другим признакам один из собеседников «иллюстрирует» явное превосходство, свое «особое положение».
* Один из собеседников показывает, что он куда-то спешит.
* Разговор переходит в полемику, а затем в выяснение отношений. Перечень барьеров можно было бы продолжить. Мы их привели не случайно, а для того, чтобы руководитель не создавал их сам. А коль уж какой-то из барьеров общения возник, искал способ, чтобы его снять или хотя бы снизить.

Деловое общение играет особую роль в жизни каждого человека. Оно определяет отношения между людьми. Даже поменяв место работы, бывшие коллеге продолжают общаться друг с другом. Основным принципом эффективного делового общения и отношений людей являются этические нормы или правила. Каждый имеет свое представление о нормах общения, вкладывая свой опыт, воспитание и представления о нравственных ценностях. Поэтому деловое общение для одних - эффективный инструмент карьерного роста, самореализации, для других - повод для неудач и трудностей в отношениях с коллегами и начальством.
 В понятии моральных норм лежит некое представление идеала, который является примером для копирования и подражания. Но оно идет вразрез с необходимостью человека удовлетворить свои потребности, что подчас напрямую связано с нарушением морально-нравственных норм. В конфликт вступают представление о нормах поведения и практический расчет, желаемое самосовершенствование и реальная необходимость.
 Деловое общение отличается тем, что оно происходит в связи с определенной деятельностью, по определенному поводу, где вступающие в общение люди находятся в определенных формальных отношениях. В этом случае общение - не самоцель, а только повод достижения конечной цели самореализации и социализации участников общения.
Еще в далеком прошлом решались проблемы этики делового общения. Пожалуй, наиболее ранним документом, дошедшим до нас, является учение Конфуция, проповедующее основной принцип общения: "не делай другим того, что не пожелаешь cебе".
 По этому принципу он создал и более практические советы и замечания относительно производственных отношений:

* Когда не знаешь ритуала, не сможешь утвердиться.
* Слушаю слова людей и смотрю на их действия.
* Вести сражаться необученных людей - значит бросать их.
* Благоговейно относись к делу и честно поступай с другими.
* Благородный муж, когда руководит людьми, использует таланты каждого; малый человек, когда руководит людьми, требует от них универсалий.
* Держать два конца, но использовать середину.

Удивительно мудрые слова, дающие точное представление о генеральной линии поведения в коллективе, оптимальном способе руководства, поиске компромисса, "золотой середины". Актуальна и мысль о положении каждого участника делового общения, занимающего свою социальную ступень.
Создавая положения о корпоративной этике, руководитель должен исходить из уровня развития коллективных отношений. Если коллектив новый, в нем преобладает формальная сторона отношений, сотрудники присматриваются и друг к другу, и к руководителю. Это самый подходящий момент для руководителя, чтобы установить свои собственные традиции и законы. Если же руководитель пришел в уже сложившийся коллектив, то нельзя сразу все ломать. Необходимо продумать путь постепенного исправления просчетов и ошибок прежнего руководителя, привлекая при этом лидеров данного коллектива.
 В современных понятиях об этике делового общения и о корпоративной этике как одной из составляющих ее лежит принцип контроля и сочетания мотивов и интересов.

* Руководители организации должны понимать, что одной из основных целей управления является реализация идеи максимального сплочения коллектива.
* Тогда приходит состояние психологического комфорта, понимания, что все вместе - единое целое, но каждый незаменим и индивидуален.
* Решая любую проблему с подчиненным, руководитель выясняет мотив его поступка, причину неудачи.
* Постоянный и разумный контроль – одно из основных правил этического поведения. Безнаказанность способна разрушить самый сплоченный коллектив.
* Необходимо быть критичным к результатам работы, но не к слабостям и недостаткам человека.
* Руководитель не должен показывать, что у него есть наиболее любимые сотрудники.
* Необходимо защищать своих подчиненных, быть на их стороне, не бояться разумной самокритики.
* Надо умело выбирать форму распоряжения, сочетая приказы с просьбами, советуясь и подчиняя.
* Именно руководителю необходимо воспитывать в своих подчиненных этические нормы общения.
* Подчиненные должны знать, что это они создают атмосферу в коллективе.
* Нельзя допускать возможность напрямую командовать руководителем.
* Нельзя поощрять прямого обращения к управляющему, минуя своего непосредственного руководителя.

При общении между равными по статусу сотрудниками особенно остро встает вопрос личной конкуренции, соперничества. Во многих рабочих ситуациях они проявляют особые таланты создания интриг и сплетен.
Руководитель в этом случае должен избегать определенных ошибок, предупреждая и опережая конфликтную ситуацию.

* Руководителю не стоит поощрять какое-то особое положение одних в противовес другим.
* Следует реализовать такой принцип разделения обязанностей, когда оценка результатов работы каждого наиболее ясна.
* Нельзя поощрять сплетни и слухи.
* Необходимо вырабатывать профессиональную сплоченность, гордость за предприятие, за общие результаты.
* Стараться на многие вещи смотреть с чувством юмора, поддерживать добрые и ровные отношения.

# Помните, что ваши коллеги и подчиненные невольно копируют вас, повторяя ваши слова, жесты, интонацию.

# ОБЩЕНИЕ МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ

Известно, что в число людей, с которыми мы связаны судьбой, входят наши товарищи по службе, сотрудники, коллеги по совместной работе. Коллектив, где мы решили трудиться – наш второй дом, семья и школа. Коллектив объединяет людей – сослуживцев разного возраста, пола, уровня образования и культуры, интелегентности. Порядочность начинается с того, что человек держит данное им слово, честно, профессионально, грамотно выполняет свои обязанности, служебный долг перед другими людьми.

При этом очень важно не забывать, что у каждого сослуживца свой характер, привычки, убеждения вкусы и потребности. Практически все человеческие качества, как хорошие, так и плохие укладываются в понятие порядочности и непорядочности. Коллега по работе в первую очередь должен быть порядочным человеком

Честный, скромный и внимательный работник учреждения, в первую очередь уважает тех, кто рядом и помогает менее опытным выполнять нелегкие служебные обязанности. Он не позволит себе мешать другим пустыми разговорами, опозданиями на работу, погуливать, пьянствовать, курить в служебном помещении, перекладывать свою ответственность на других, но и другим не позволит лодырничать.

Интелегентный, порядочный человек никогда не допустит, не позволит себе распускать сплетни о сослуживцах, не будет потакать конфликтам в коллективе, он готов заменить заболевшего товарища, заступиться за коллегу, с которым обошлись несправедливо. Не будет рабски увиваться около начальника, «тыкать» старшим, умышленно надменно поглядывать на нижестоящих или равных себе. Справедливый работник учреждения тактично может указать коллеге по службе на его ошибки, а если и критикует его, то делает это благожелательно и объективно, не преувеличивая, не раздувая допущенные им погрешности и ошибки.

И в самом деле, ведь чужие ошибки всегда на глазах. И хорошо, что мы критикуем их. Но было бы еще лучше, если бы мы с такой же нетерпимостью относились и к собственной неосторожности, небрежности, что бы каждый умел дорожить своей профессиональной честью. Что бы каждый помнил, что он работает не сам по себе, а для людей. И по его работе судят не только про него, но и про весь коллектив учреждения, предприятия и т.п. Вот почему уместно в таких случаях вспомнить совет Л.Н. Толстого: «Если вы что-нибудь делаете, то делайте это хорошо. Если вы или не можете, или не хотите делать хорошо, лучше совсем не делайте».

Лучшую часть своей жизни мы проводим на работе, на службе. Хорошо и приятно трудиться в коллективе, где среди сослуживцев, товарищей по работе царит взаимоуважение и это гарантия хорошего настроения.

Вот почему очень важно, что бы товарищи по работе были сдержанными, предупредительными и деликатными в спорах, конфликтных ситуациях, которые возникают на работе. Возникают эти ситуации потому, что по доброте своей мы часто прощаем людей грубых, бестактных наивно думая, что их нежелание сдерживать себя происходит от их пылкой натуры, расстроенной нервной системы. На самом же деле натура здесь не причем, такой сослуживец, просто плохо воспитан или не воспитан совсем, эгоистичен, а то и сознательно не хочет контролировать свои эмоции.

К большому сожалению, не перевелись еще «мастера» портить настроение. Еще встречаются среди сослуживцев люди злые, эгоистичные, завистливые и недоброжелательные. А зачастую этой злостью они маскируют некомпетентность в работе, что, как правило, отравляет психологический климат в коллективе.

В отношения между сотрудниками наблюдается немало такого, что вызывает обеспокоенность. Не всегда держат данное слово, забывают обязанности, не справляются с заданиями, опаздывают на работу. Сотрудники, уважающие свою работу, уважают и чужую.

В каждой профессии рано или поздно наступает период, когда сотрудник должен приложить все усилия для своего самоутверждения, как мастера своего дела. Этот этап преодолевает лишь тот, у кого есть воля, заинтересованность в достижении цели. Остальные остаются дилетантами, способными лишь изредка проявить свои способности.

Взаимное уважение между товарищами по службе – залог нормальной работы любого учреждения. Вот почему говорят, что простейший способ понять мотивы поведения человека – это поставить себя на его место.

В учреждениях с вами работают разные люди: воспитанные и невоспитанные, тактичные и бестактные, скромные и грубые, стыдливые и властные, как говорят с характером. Одни могут обратиться за советом и помощью и попросят вас об этом. Другие наоборот, смотрят на вас как на подчиненного, и тоном, не допускающим возражения, требует немедленного решения своего вопроса. И не все, естественно, вызывают у нас симпатию. Но, мы на работе и должны быть со всеми одинаково вежливыми, тактичными, заботится о хорошей репутации своего учреждения.

Особенно товарищи по работе должны бать корректными в часы приема посетителей. К сожалению, еще не перевелись сотрудники, которые делают вид что слушают посетителя, а сами в тот момент лихорадочно обдумывают кому из товарищей по службе его спихнуть или направить в другое учреждение.

Этикет служебных взаимоотношений обязывает сотрудника быть одинаково уважительным ко всем посетителям, готовым принять участие в их делах и просьбах. Абсолютно недопустимо проявлять к одному подчеркнутую любезность, а с другим вести себя гордо и высокомерно.

Культурный сотрудник доброжелательно уладит дело посетителя, любезно пояснит, что и как необходимо сделать, растолкует действующее законодательство по его вопросу, поможет оформить необходимые документы независимо от того, знакомый перед ним или нет.

Деловой этикет предъявляет такие же серьезные требования и к культуре поведения посетителей. Тот, кто пришел в учреждение, обычно ведет себя как гость в доме малознакомого хозяина: без разрешения сотрудников не заходи в кабинет, не стучит дверьми, вежливо здоровается с теми, к кому обращается, терпеливо ждет, если они заняты неотложным делом, не устраивает сцен в случае отказа.

Любезность товарищей по службе выражается в том, что, назначив время кому-нибудь прийти, обещал что-нибудь сделать – сдержи слово. Это элементарные принципы служебного этикета обязательные для всех.

Во взаимоотношениях между товарищами по службе неплохо было бы каждому помнить: говори, что знаешь, делай, что умеешь.

Правила служебного этикета гласят что:

* Лучше не касаться проблем личного характера, не рассказывать о себе, решая деловые вопросы;
* Дискуссия – это искусство. Нужно отстаивать свою позицию, используя только объективные факты. Повышенный ироничный тон не является аргументом. В любой дискуссии необходимо избегать обобщений;
* Иногда возникает вопрос, как реагировать на невежливость или бестактность товарища по службе. Ничто так не действует, как пауза в разговоре, наступающая после бестактного высказывания.

Слушать собеседника – это не значит просто молчать. Не допустимо смотреть на того, кто говорит, «пустыми» глазами, в которых отражаются собственные проблемы. Когда кто-то говорит не допустимо рыться в сумке, обшаривать собственные карманы, смотреть на часы... Участвуя в разговоре, нужно заинтересованно смотреть на собеседника и время от времени вставлять слова или фразы как свидетельство того, сто вы понимаете, о чем идет речь. Если информацию, о которой идет речь, вы уже слышали, то лучше сказать собеседнику об этом сразу, а не перебивать его на полуслове. Благодарный слушатель редко перебивает собеседника, даже если слушал это уже несколько раз.

#  ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

 Служебный этикет — важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека. Знание его — необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать.

Так, еще в 1936 г. Дейл Карнеги писал: "Успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми". Немало рушится карьер и теряется денег из-за неправильного поведения или невоспитанности. Зная это, японцы тратят на обучение хорошим манерам и консультациям по вопросам этикета, культуры поведения сотни миллионов долларов в год. Они хорошо знают, что успех любой фирмы во многом зависит от способности ее работников, от их умения дружно трудиться над достижением общей цели. Знание этикета, культура поведения — вот ключевые условия для успешной работы в любой организации — таково мнение ведущих специалистов фирм.

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение 12

Оформление визитной карточки 12

Способы печати визитных карточек 14

Виды визитных карточек 15

Правила вручения визитных карточек 16

Пометки и надписи на визитных карточках 17

Заключение 19

# ВВЕДЕНИЕ

В последнее десятилетие в России визитные карточки стали широко использоваться не только дипломатами, но и в самых различных сферах деловой жизни, в процессе культурных, светских контактов, причем на самых разных уровнях.

Если несколько лет назад крупный чиновник, достаточно известный деятель культуры, ученый, руководитель предприятия в ответ на визитку, протянутую иностранным коллегой или гостем, искал листочек бумаги и ручку, чтобы написать свои координаты, то сегодня вам визитную карточку могут вручить как в министерстве, так и на заводе, ставшем акционерным обществом, в академическом институте, в зубном кабинете, магазине-салоне и в маленьком бутике. Не удивляйтесь, если это сделает молодой сантехник, обслуживающий по вызову вашу квартиру.

Основное назначение визитной карточки - представление официальных лиц, деловых партнеров в процессе переговоров, визитов, встреч. Визитная карточка оказывается незаменимой при знакомствах, общении на банкетах, приемах, конференциях, презентациях, выставках, ярмарках, фестивалях, в путешествии. В ряде случаев, например, в Японии, Корее, она может рассматриваться как удостоверение личности. Визитка может быть средством заочного контакта, использоваться в частной и служебной переписке, как рекомендация, для знакомства, для кратких приглашений, поздравлений, сопровождения подарков и сувениров и многого другого.

Вместе с тем, еще многие недооценивают визитные карточки как необходимый атрибут делового общения. Один известный ученый, оратор и полемист, следуя традиционному менталитету, долго воспринимал визитные карточки как нечто из области официоза и дипломатии, в других случаях как «буржуазные» игрушки, что-то от суетности тусовок «новых русских». Однако оказавшись несколько раз подряд в ситуации, когда после выступлений на конференции, симпозиуме, «круглом столе», во время презентации книги, на приеме не смог предложить визитную карточку тем, кто вручил ему свои для продолжения контактов, он заказал себе положенные 200 штук.

# ОФОРМЛЕНИЕ ВИЗИТНОЙ КАРТОЧКИ

# 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. 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.

 **СПОСОБЫ ПЕЧАТИ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК**

Одним из последних технологических достижений - это CD-визитки (компакт-диск в форме пластиковой карточки) и не рвущиеся (не стоит удивляться, если скоро появятся в воде не тонущие и в огне не горящие).

* Цифровая печать визиток*.* Цифровая печать - это самый оперативный метод печати и недорогой при малотиражном заказе (примерно до 1000 визитных карточек). Перед тем, как печатать заказ, Вы можете увидеть будущую визитную карточку, распечатав пробный вариант, чего нельзя сделать при офсетном методе печати, так как нужна допечатная подготовка, которая занимает много времени и требует немалых затрат. Распечатав пробный вариант цифровым методом печати, Вы можете внести сразу изменения до начала выполнения Вашего заказа. Несмотря на ряд преимуществ, технические возможности цифровой печати имеют ограничения по качеству, ассортименту тонеров, набору запечатываемых материалов, скорости печати (многотиражной продукции). Не всегда краска ложится ровно на бумагу, и не все сорта бумаги подходят для цифровой печати.
* Офсетная печать визиток. Технология офсетной печати позволяет производить большие тиражи (от 1000 визитных карточек) за короткие сроки. Причем чем выше тираж, тем выгоднее становится печать. Отличительная особенность офсетной печати по сравнению со всеми другими видами - высокое качество воспроизведения оригинала: четкость, яркость и скорость (при больших тиражах). Печать осуществляется не только основными цветами, но также возможно использование дополнительных цветов и лака. В качестве печатной основы, как правило, используется бумага, картон, винил, пластик. При офсетной печати требуется допечатная обработка (цветоделение, цветопроба, создание форм, печать форм, подготовка пресса, цветобалансировка), что делает дороже печать маленьких тиражей и невозможность выполнения срочных заказов (например, за час).
* Шелкография.Шелкография - это система технологий, которые позволяют наносить краску или пасту значительной толщины на множество подложек из любого материала и любого размера. Особенностью шелкографии является возможность получения более толстого красочного слоя, чем при других способах печати, поэтому она используется для такой печати, которая должна быть устойчивой к внешним воздействиям.
* Фольгирование*.* Фольгирование - процесс спекания тонера лазерного принтера или копировального аппарата с металлизированной фольгой под воздействием высокой температуры. Фольгирование позволяет украсить визитки, добавив в них цвет (особенно металлик). Фольга, применяемая в это процессе - отличается по своим свойствам от фольги применяемой при тиснении. Достоинства фольгирования - простота процесса и возможность одновременно наносить несколько цветов.

Недостаток: работа только с листовым материалом (гладким), который может (по толщине) пройти в печатное устройство (нанесение тонера) и области фольгирования (разным цветом) не должны перекрываться.

* Тиснение. Технология тиснения основана на нанесении изображений путем давления металлического или полимерного клише на материал. Типы тиснения: горячее тиснение - нанесение вдавленных изображений (возможно тиснение "голым" клише - "блинт" или же тиснение фольгой), конгревное тиснение - нанесение выпуклых изображений. Основой для нанесения изображений могут служить изделия из любых материалов, поддающихся воздействию давления и температуры.

Горячее тиснение производится фольгой стандартных цветов. Получение сложносоставных цветов невозможно.

Износостойкость нанесенных изображений при отсутствии воздействия агрессивных химических сред, деструктивного механического воздействия и температур выше 60°С:

· "пожизненная" при нанесении на изделия из бумаг и картонов;

· 12 месяцев при нанесении на изделия из пластиков, кожзаменителей и натуральной кожи.

* Термоподъем*.* Термоподнятие используется при печати для придания объемности текстам или логотипам. Текст или другие элементы оформления при этом печатаются в одну краску. Термоподнятие при полноцветной печати делается таким образом, чтобы подвергаемая обработке краска должна быть последней в процессе нанесения на бумагу. Например, если необходимо придать легкий рельеф волнам при печати морского пейзажа, термопорошок добавляют в голубую краску. Используемый при термоподнятии полноцветной печати порошок должен быть бесцветным, иначе может быть нарушена цветопередача. Интересные эффекты могут достигаться за счет смешивания различных видов термопорошка. Например, смешивание голубой триадной краски и бесцветного и серебрянного порошков придают оттиску эффект "металик". Возможно использование запечатки лаком с последующим термоподнятием цветными порошками. Такой прием нежелателен для текстов, набранный мелким кеглем или шрифтом с тонкими штрихами. Приемы термоподнятия применимы как глянцевым, так и к матовым поверхностям.

**ВИДЫ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК**

# Используются визитки различного вида и назначения. Назовем наиболее распространенные из них.

# Деловая стандартная карточка. На ней указаны фамилия, имя, отчество, место работы, должность, служебный телефон, телефакс (телекс).

# Карточка содержит необходимые реквизиты для продолжения контактов. Используется в случае состоявшегося знакомства. Существуют некоторые стандарты для размещения текста на деловой карточке. Так, имя руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, должность - более мелким шрифтом под именем. Название, адрес фирмы набираются в левом нижнем углу. Номер телефона, телефакса - в нижнем правом.

# На деловой карточке сотрудника, который не занимает руководящей должности, в центре печатается название и адрес фирмы, в нижнем левом углу его имя, отчество, фамилия. Внизу справа - номера телефона, телефакса.

# Сфера применения такого вида карточек исключительно служебная. В светской жизни их использовать не следует никогда.

# Следует учесть ряд замечаний. При написании должности нужно указать область полномочий. Например, не просто «проректор», а «проректор по учебной работе», не просто «заведующий отделом», а «заведующий транспортным отделом» и т.п.

# Если визитка напечатана на иностранном языке, фамилия и имя пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой либо совсем не указывается. В иностранных языках понятие «отчество» отсутствует и его могут воспринять как второе имя.

# Номер домашнего телефона на стандартной визитке не проставляют. Это информация конфиденциального характера. При необходимости его можно написать от руки.

# Лицам творческих профессий, у которых нет присутственного офиса, можно и, может быть, нужно указывать на визитной карточке свой домашний телефон.

# Представительская карточка. На этой карточке указывают фамилию, имя, отчество, полное название фирмы, должности, но не проставляют координаты - ни адрес, ни телефон. Карточку используют для специальных и представительских целей. Она облегчает конкретное общение. Но ее вручение механически не означает намерение владельца продолжать контакты с собеседником.

# Тактичный партнер по общению должен правильно оценить ситуацию и выбрать соответствующую линию поведения.

# Карточка фирмы, предприятия, организации, отдела с указанием адреса, телефона, телефакса (телекса). Применяется для представительских целей, в том числе на презентациях, выставках, ярмарках, при вручении подарков, сувениров, поздравлений от имени фирмы.

# На визитных карточках официальных лиц, в особенности дипломатов, проставляются только имя, отчество, фамилия и должность. Дипломаты используют такие карточки, на которых указана одна лишь должность, например «Посол». В третьем варианте на визитке, предназначенной для личного использования, пишут только имя, отчество, фамилию, иногда профессию. Их вручают исключительно в неофициальных случаях, посылают дамам.

* Личная визитная карточка может содержать ваши фамилию и имя. Здесь же иногда указывают отчество или инициалы - в зависимости от имиджа, возраста, национальных и культурных традиций. На личной визитной карточке можно дать также те дополнительные сведения, которые вы хотите о себе сообщить (например, номер пейджера). Они, как правило, печатаются более мелким шрифтом в правом нижнем углу. Личная карточка может содержать и сведения о вашем звании или учёной 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).

**ПРАВИЛА ВРУЧЕНИЯ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК**

# Визитные карточки чаще всего вручают лично. В этикете действует принцип первоочередности. При знакомстве первым вручает свою карточку тот, чей ранг, должностное положение ниже, человек менее известный. Если социальный статус собеседников равный, первым предлагает визитную карточку младший по возрасту. Если и должность, и возраст одинаковы, т.е. имеет место так называемое симметричное общение, то большую оперативность может проявить более вежливый, более активный или более заинтересованный человек.

# При деловой встрече с иностранными партнерами первыми визитные карточки вручают хозяева. На переговорах после процедуры обмена визитками, чтобы правильно произносить и не путать имена, карточки целесообразно расположить на столе перед собой в таком порядке, в каком сидят партнеры.

# Не принято вручать лично визитную карточку с выражением благодарности или иных чувств.

# Посетитель в фирме, учреждении может предъявить свою визитную карточку секретарю для доклада о себе, особенно в случае незаявленного ранее визита. Карточка может открыть посетителю дверь кабинета занятого должностного лица.

# При вручении карточек принято обмениваться легкими поклонами. Визитную карточку полагается вручить партнеру так, чтобы он мог сразу прочесть текст. Свою фамилию, особенно если она труднопроизносимая, нужно назвать вслух. В США, Европе особых регламентаций не существует. Представителям ближневосточных стран карточку вручать следует обязательно правой рукой. В странах Азии, в частности в Японии - обеими руками.

# Принявший визитную карточку должен ее прочесть. Фамилию партнера, чтобы быть уверенным в ее правильном произношении - произнести вслух.

Получив визитку никаких пометок на ней в присутствии вручившего делать не стоит также нельзя вертеть визитку в руках, мять ее. В ходе разговора, сопровождающего знакомство, карточку лучше сразу не убирать, а держать перед собою на столе или в руках. Это, в частности, поможет вам не забыть и не перепутать имя нового знакомого - оно всегда перед вами. Но вот забыть на столе карточку или, едва отойдя от нового знакомого, выбросить ее - вопиющий знак неуважения.

Во время переговоров следует положить визитные карточки перед собой, соответственно рассадке партнеров. Если требуется надписать на визитке какое-либо уточнение, то лучше попросить хозяина карточки самому сделать это.

Если визитная карточка прилагается к подарку, ее вкладывают в коробку с подарком. Конверт с визиткой заклеивают только в том случае, когда послание носит сугубо личный характер. Если визитную карточку вкладывают в букет цветов, посылаемый по официальному поводу, к празднику, то на карточке, чуть выше набранного имени, нужно сделать короткую приписку. Если цветы посылают по случаю похорон, никакой приписки делать не надо. Карточку в конверте прикрепляют к бумаге, в которую упакованы цветы. В некоторых случаях визитная карточка служит рекомендацией. Например, если у делового человека нет времени для составления рекомендательного письма, он может просто передать свою визитную карточку по назначению, написав на ней фамилию человека, которого рекомендует.

Для того чтобы пригласить кого-либо на неофициальный прием, следует написать его имя и фамилию вверху на визитной карточке, а внизу указать наименование приема (например: "завтрак"), место его проведения, число и время.

Если на вашей визитной карточке не хватает места для этой информации, можно написать текст приглашения на открытке и отправить, приколов к ней визитную карточку, приглашаемому.

При перемене адреса следует послать деловому партнеру старую визитную карточку вместе с новой, на которой имеются новые реквизиты.

Новый номер телефона можно, в крайнем случае, вписать и от руки. А вот вписывать от руки новую должность считается неприличным. При изменении должности необходимо срочно печатать новые визитки.

Визитные карточки, которые посылаются по почте или с посыльным, вкладываются в специальный конверт, на котором от руки чернилами, на пишущей машинке, компьютере пишутся имя, фамилия и должность адресата.

В один конверт могут быть вложены визитные карточки для нескольких лиц. В этом случае в левом верхнем углу каждой карточки карандашом или ручкой пишется фамилия лица, которому она адресована. В одном конверте на имя одного лица могут быть посланы визитки от разных лиц.

Визитные карточки, направленные в конверте, не загибаются. Если загнутую карточку доставляет курьер, шофер или она направляется по почте, то это считается грубым нарушением этикета.

На визитные карточки ответ полагается давать визитной карточкой в течение 24 часов после их получения.

Женщины ни в коем случае не должны оставлять свою визитную карточку в доме холостого мужчины.

После представления женщине мужчина должен как можно скорее, не позднее, чем через неделю, послать ей свою визитную карточку и карточку для ее супруга, даже если супругу он не был представлен.

# ПОМЕТКИ И НАДПИСИ НА ВИЗИТНЫХ КАРТОЧКАХ

# Визитные карточки, оставляемые при отсутствии адресата в офисе или дома (в резиденции) лично их владельцами, принято загибать в соответствии с местной традицией. В России принято в подобных случаях загибать (а затем распрямлять) правый верхний угол карточки или ее правую сторону по всей ширине. Фамилия того, кому оставляется карточка, на ней не пишется. В подобной ситуации в России конца XIX века использовались «практичные и удобные визитные карточки, имеющие на четырех углах начальные буквы различных случаев, могущих быть причиной посещения. Например, «П» означает поздравление, «О» - отъезд и, следовательно, прощальный визит, «Ж» - желание осведомиться о состоянии здоровья, «В» - возвращение из продолжительной отлучки, - и в случае отсутствия хозяев дома загибают угол, где находится буква, означающая цель визита». (Сб. Правила светской жизни и этикета. Хороший тон. СПб., 1889).

# В наши дни в левом верхнем или нижнем углу визитной карточки могут быть сделаны пометки, установившиеся в международном протоколе сокращения, условно обозначающие повод, по которому посылаются карточки. Эти сокращения являются первыми буквами соответствующих французских слов. Поскольку они используются в дипломатической, деловой и светской практике, необходимо знать значение этих сокращений.

P.F*.* (pour feter) - чтобы поздравить с праздником. Поздравлять принято по случаю Нового года, Рождества, национального праздника. Для поздравления по случаю Нового года к надписи P.F. добавляется N.A - P.F.N.A*.* (pour feter le Nouvel An). Если партнеры прислали поздравления с новым годом первыми, то следует их поблагодарить и в свою очередь поздравить - P.R.F.N.A. (pour remercier et pour feter le Nouvel An).

P.R. (pour remercier) - чтобы поблагодарить. Эта надпись делается в знак благодарности за поздравления или выражение соболезнования, за подарки и другие какие-либо мелкие услуги, в течении 24 часов посылается как ответная визитная карточка.

P.F.C. (pour fairе connaissance) - чтобы выразить удовлетворение знакомством.

P.C. (pour condole`ances) - чтобы выразить соболезнование. Визитку с такой пометкой следует посылать в случае смерти делового партнера.

P.P.P. (pour prendre part) - для выражения соболезнования и с готовностью помочь.

P.P. (pour presenter) - для представления. В этом случае визитка лица, которое желает быть представленным, посылается для заочного представления вместе с визиткой человека, хорошо известного тому, кому представляют, или официального лица. На этой второй визитке и проставляются буквы *р.р*. На визитке представляемого никаких пометок не делается;

P.P.C. (pour prendre conge`) - чтобы попрощаться. Визитная карточка с этими сокращениями направляется в связи с длительным отпуском или окончательным отъездом из страны. Это делается в том случае, когда не наносится прощальный визит.

Визитные карточки с буквами p.r., p.p.c. остаются без ответа. В ответ на визитные карточки с сокращениями p.p.c., p.c., p.f. посылают свою визитку с буквами p.r., то есть благодарят. На визитку с сокращениями p.p. ответ дается в адрес представляемого лица визитной карточкой без подписи. Это означает, что представление принято и в дальнейшем можно налаживать личные контакты.

На визитных карточках, которые использует в своих контактах все более широкий круг людей, часто пишут краткие сообщения без названных сокращений, на родном или иностранном языке. Текст всегда пишется в третьем лице, и подпись не ставится. Например:

«Петр Петрович Петров (это уже напечатано на карточке) сердечно благодарит за поздравление по случаю его юбилея». Но когда вы пишете близкому другу, хорошему знакомому, можно зачеркнуть напечатанное на карточке имя, написать несколько слов от первого лица и подписаться.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

 О роли и значении визитной карточки хорошо сказано в книге для бизнесменов «Законы успеха» под редакцией Кристи Ли: «Визитная карточка - важная составляющая бизнеса. Это эффективная и к тому же недорогая форма рекламы. Человек, которому вы дали визитную карточку, возможно, и не позвонит вам завтра. Может быть, ваши услуги не понадобятся ему еще две недели. Но ваша карточка будет ждать своего часа, и когда вы понадобитесь, он будет знать, где вас искать. Кроме того, он порекомендует вас другим. Карточка - это стратегическое оружие. Она влияет на развитие вашего бизнеса еще долго после того, как вы ее кому-нибудь дали. Не жалейте карточек… Ответ на вопрос «Чем вы занимаетесь?» должен лежать у вас в кармане. Разумеется, если вы не забыли свои карточки дома…»