

технология в XXI Веке». Том 2. Томск: Изд-во ТПУ, 2012. с. 239-241.

7. Старостина И.А., Стоянов О.В. Развитие методов оценки поверхностных кислотно-основных свойств полимерных материалов. Вестник Казанского технологического университета. – 2010. – №4. – С.58-68.

8. Парилов Е.А., Лысак И.А. Использование методов графического дифференцирования для обработки кривых титрования. Научный журнал Аспект. – 2013. – №4. – С.58-68.

9. Лысак Г.В. Дисс. ... канд. хим. наук. Томск: Томский госуниверситет, 2011. 122 с.

СОЗДАНИЕ ВИЗИТОК

Присакарь А.В.

Томский политехнический университет
634050, Россия, г. Томск, пр-т Ленина, 30
E-mail: nastyaprisakar@mail.ru

Известно, что визитная карточка, наряду с другими атрибутами, является лицом предпринимателя и компании, эффективным инструментом позиционирования, который, в отличие от, например, автомобиля или дорогого костюма, стоит сущие копейки. Вероятно, именно дешёвизна служит причиной пренебрежительного отношения многих бизнесменов к своим визиткам [1].

Визитки – это почти антиквариат. Сейчас гораздо быстрее можно получить данные, прислав их на e-mail. Однако визитки имеют жизненно важную функцию: они дают возможность позиционировать себя, показывать, кем вы являетесь и что делаете, с помощью трехцентрового кусочка бумаги [2].

В настоящее время смысл визитной карточки состоит не в том, чтобы продемонстрировать ваши творческие способности, а в том, чтобы показать, что у вас хороший вкус [2].

Так какой же должна быть визитка, чтобы выглядеть презентабельно и не вызывать у человека, который держит ее в руках, ненужных вам эмоций? Рассмотрим некоторые актуальные советы по данной теме:

Приведем ниже список актуальных советов по теме:

1. Не печатайте визитки самостоятельно. Почему? В любом случае лучше обратиться к профессионалу, который сделает стильный и грамотный макет. Пытаясь нарисовать визитку самостоятельно в простейшем графическом редакторе, непрофессионал может допустить грубые ошибки, из-за которых визитка не будет производить должного впечатления.

2. Информационная составляющая – сведения, которые должны быть отражены на вашей визитке:

- фамилия, имя, отчество (последнее можно не указывать);
- должность, статус;
- если вы позиционируете себя как часть компании, то отражайте ее логотип; если же вы позиционируете себя как фрилансер, то визитка должна содержать ваше фото или картинку, отражающую вашу сферу деятельности (картинки подбирайте тщательно, чтоб они соответствовали

тематике и были соответствующего разрешения, достаточного для печати);

- ваши контакты.

Писать ли отчество? Это зависит от того, как вы хотите, чтобы к вам обращались. Наличие отчества свидетельствует о солидности. Его отсутствие в большей степени соответствует западным деловым стандартам — предлагая называть вас по имени, вы становитесь чуть ближе к собеседнику.

Подумайте о том, как сформулировать свой статус так, чтобы человек, которому вы вручаете визитку, сразу понял, в какой профессиональной области вы преуспели, в каких вопросах вы являетесь экспертом.

Самое главное – информация на визитке должна быть актуальной. Если у вас время от времени меняется номер телефона или другие контактные данные, печатайте визитки небольшими тиражами [3].

На рисунке 1 представлена визитка, содержащая все необходимые сведения.



Рис. 1. Визитка и ее информационная составляющая

3. Не используйте крупный шрифт для контактной информации и адреса. Главнейший способ определить не очень хорошую визитку – посмотреть на размер шрифта [4].

4. Не делайте визитки из металла – это не есть хорошо и продуманно. В конце концов люди летают в самолетах с визитницами, а металл, сами знаете, как выявляется на металлоискателе [4].

5. Не забывайте про отступы. Если текст входит прямо в край визитной карточки, то она сразу же теряет свой внешний вид.

6. Стиль вашей компании не должен отличаться от стиля вашей персональной визитки (другая бумага, другой способ печати, другие цвета, и даже другой размер).

7. Не переполняйте визитки большим количеством контактов (телефоны (рабочий, мобильный, домашний), e-mail (корпоративный и несколько личных) и т.д.). В этом случае лучше сделать пару видов визиток: корпоративную (для работы) и частную (для личных контактов).

8. Изготовление макета поручайте «дизайнеру-полиграфисту», который сделает красивый макет, и будет иметь представления о нормах печати и требованиях к макету.

9. Следите за стилем вашей визитки. Отсутствие вкуса – очень важная проблема. Нередко компании или предприниматели, стремящиеся выглядеть креативно, заказывают настолько причудливые визитки, что эффект, производимый ими, оказывается обратным ожидаемому и отталкивает потенциального клиента. Дизайнер интерьеров, вручающий визитку, выполненную из пластмассы черного цвета в форме пятиконечной звезды с фосфоресцирующими надписями, нанесенными готическим шрифтом, конечно, может надеяться на то, что клиент будет восхищен, однако получатель этого творения, скорее всего, подумает: «Боже, какой ужас!». Будьте умеренны в оформлении визитных карточек и не пренебрегайте услугами профессионалов в области разработки дизайн-макетов визиток [1].

На рисунке 2 и 3 представлены нестандартные визитки [5].



Рис. 2. Визитка йога-центра



Рис. 3. Визитка магазина мебели

10. Не допускайте ошибки и опечатки, допущенные в тексте визитки. Для оценки важности аспекта просто поставьте себя на место получателя визитки и ответьте на вопрос: захотите ли вы в дальнейшем пользоваться услугами «юридического агентства», обращаться за консультацией к «профессору» или заказывать разработку «фирменного стиля»? Ответ очевиден, и он не в пользу владельца визитки, не отличающейся грамотностью.

Не менее важна правильность указания контактных данных: опечатка, допущенная в номере телефона или адресе электронной почты, приведет к тому, что ваши потенциальные клиенты никогда не смогут с вами связаться, более того, безуспешные попытки сделать это могут привести их к мысли, что ваша компания уже обанкротилась.

11. Вручайте визитку так, чтобы человек мог прочитать ваше имя, не переворачивая ее. Когда визитку вручили вам, обязательно тут же просмотрите ее и повторите вслух фамилию и имя ее владельца – тем самым вы показываете, что приняли информацию к сведению. На обратной стороне визитки вы можете записать несколько слов о человеке, который вам ее вручил, чтобы потом быстро восстановить образ в памяти. Но не делайте это в присутствии владельца визитки – только после того, как вы закончили общаться [3].

На сегодняшний день, не смотря на технологическое развитие и высокую информатизацию современного общества, визитка остается наиболее распространенным и удобным способом сообщать необходимую о себе информацию [6].

Визитка – коммуникатор, мини-портфолио, по ней встречают, как по одежке. Первое впечатление очень ценится и имеет большое значение. Это первый шаг к будущему контакту, и результат зависит от впечатления, которое произвела ваша визитка.

Литература

1. Распространенные ошибки в изготовлении визиток [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.polygrand.ru/statia/oshibki>, свободный.

2. Ошибки при создании визиток [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://howtosell.ru/2007/08/22/oshibki-pri-sozdanii-vizitok/>, свободный.

3. Визитка – часть вашего имиджа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.trud.com/visitka-chast-vashego-imidga/>, свободный.

4. Продающая визитка – работа без ошибок [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://www.piknikspb.ru/catalogues/industry/index16.htm>, свободный.

5. 50 необычных визиток [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.adme.ru/kreativnyj-obzor/50-neobychnyh-vizitok-268005/>, свободный.

6. История визитных карточек [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vortex-media.ru/services/history_business_cards/, свободный.

ЗОЛОТАЯ ПРОПОРЦИЯ

Прозоров А.А., Гурова Н.Б.

Научный руководитель: Будницкая Ю.Ю.

Томский политехнический университет

634050, Россия, г. Томск, пр-т Ленина, 30

E-mail: prozorov_a_a@mail.ru

Введение

Что же такое «золотое сечение»? Человек различает окружающие его предметы по форме. Интерес к форме какого-либо предмета может быть продиктован жизненной необходимостью, а может быть вызван красотой формы. Форма, в основе построения которой лежит золотое сечение, способствует наилучшему зрительному восприятию и появлению ощущения красоты и гармонии.

В геометрии это такое пропорциональное деление отрезка на две неравные части, при котором весь отрезок так относится к большей части, как сама большая часть относится к меньшей. При этом золотое деление не есть проявление асимметрии, чего-то противоположного симметрии. Согласно современным представлениям золотое деление – это асимметричная симметрия. В науку о симметрии вошли такие понятия, как *статическая* и *динамическая симметрия*. *Статическая симметрия* характеризует покой, равновесие, а динамическая – движение, рост. Так, в природе статическая симметрия представлена строением кристаллов, а в искусстве характеризует покой, равновесие и неподвижность. *Динамическая симметрия* выражает активность, характеризует движение, развитие, ритм, она – свидетельство жизни. Статической симметрии свойственны равные отрезки, равные величины. Динамической симметрии свойственно увеличение отрезков или их уменьшение, и оно выражается в величинах золотого сечения возрастающего или убывающего ряда.

История золотого сечения

Принято считать, что понятие о золотом делении ввел в научный обиход Пифагор, древнегреческий философ и математик (VI в. до н.э.). Существует предположение, что Пифагор свое знание золотого деления позаимствовал у египтян и вавилонян. Пропорции пирамиды Хеопса, храмов, барельефов, предметов быта и украшений из гробницы Тутанхамона свидетельствуют, что египет-

ские мастера пользовались соотношениями золотого деления при их создании. В античной литературе золотое деление впервые упоминается в «Началах» Евклида. После Евклида исследованием золотого деления занимались многие ученые. Секреты золотого деления ревностно оберегались и хранились в строгой тайне.

Эпоха Возрождения ассоциируется с именами таких «титанов», как Леонардо да Винчи, Микеланджело, Рафаэль, Николай Коперник, Альберт Дюрер, Лука Пачоли. Имеется много авторитетных свидетельств о том, что именно Леонардо да Винчи (1452-1519) был одним из первых, кто ввел термин «Золотое Сечение». Доказано, что во многих своих произведениях Леонардо да Винчи использовал пропорции золотого сечения, в частности, в своей всемирно известной фреске «Тайная вечеря» и непревзойденной «Джоконде» [1].

Гениальный астроном Иоганн Кеплер (1571-1630) был последовательным приверженцем Золотого Сечения, Платоновых тел и Пифагорейской доктрины о числовой гармонии Мироздания. Считается, что именно Кеплер обратил внимание на ботаническую закономерность филлотаксиса и установил связь между числами Фибоначчи и золотой пропорцией, доказав, что последовательность отношений соседних чисел Фибоначчи: 1/1; 2/1; 3/2; 5/3; 8/5; 13/8; в пределе стремится к золотой пропорции.

В 1855 г. немецкий исследователь золотого сечения профессор Цейзинг опубликовал свой труд «Эстетические исследования». Цейзинг проделал колоссальную работу, он измерил около двух тысяч человеческих тел и пришел к выводу, что золотое сечение выражает средний статистический закон в пропорциях человеческого тела (рис. 1).