СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. История появления визитных карточек

2. Значение визитных карточек в обществе

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Необходимым атрибутом деловой жизни является визитная карточка. Это своего рода знак доверия. Когда люди обмениваются визитками, это значит, что они готовы к полноценному сотрудничеству. Культура общения предполагает наличие визитной карточки при любой деловой встрече.

Визитка является, пожалуй, самым неотъемлемым элементом фирменного стиля и лишь в исключительных случаях создание дизайна визитки не входит в состав работ по созданию фирменного стиля. Любая визитка создает ассоциацию с ее владельцем. Поэтому она должна быть сделана так, чтобы вызывать положительные эмоции у того, кто на нее смотрит. Визитки прочно вошли в нашу жизнь и уже давно не являются атрибутом респектабельности. Независимо от того, каким подходом руководствовались при ее заказе (для красоты или для дела), визитка должна быть стильной, хорошо сверстанной и качественно отпечатанной.

Государственному служащему рекомендуется всегда иметь при себе не менее десяти визитных карточек. У государственных чиновников, депутатов на визитной карточке может находиться изображение государственного флага или герба. Если сменился телефон, то можно аккуратно вписать новый номер, зачеркнув старый. Но зачеркивать и вписывать новое наименование должности считается дурным тоном – следует позаботиться о том, чтобы как можно скорее были заказаны новые визитные карточки.

Деловые визитные карточки сотрудников магазинов, предприятий сферы услуг и т.п. по своему оформлению могут отходить от строгих норм этикета. На таких карточках на обороте может быть помещена небольшая схема окрестностей, фотография владельца карточки, красочный символ, девиз фирмы.

Как правило, визитная карточка должна иметь черный текст на белом фоне, напечатанный поперек карточки без каких-либо рамок или завитушек.

Большое значение визитных карточек в современном деловом общении к с отечественными, так и с зарубежными партнерами обусловливает актуальность темы данного исследования, целью которого является анализ истории и значения визитных карточек в современном обществе.

Для достижения поставленной цели в работе решены следующие задачи:

1. описана история возникновения визитных карточек;
2. раскрыты основные требования к визитным карточкам и их значение в современном обществе.

Поставленные цель и задачи обусловили структуру работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

1. История появления визитных карточек

Прабабушки визитных карточек появились на свет достаточно давно — более 2500 лет назад. В эпоху Чуньцю (770–476 гг. до н.э.) и Чжаньго (475–221 гг. до н.э.) в Древнем Китае произошел стремительный культурный подъем. Именно в это время зафиксировано появление карточек, подобных современным визиткам. Судя по описаниям, это были особые тонкие дощечки для письма, изготовленные из бамбука или дерева, на одной из сторон которых вертикально наносились иероглифы. Позднее, в III веке до н.э. наиболее распространенным материалом для письма стал шелк. В тексте, написанном на такой дощечке или материи, указывалось лицо, подающее прошение или делающее визит, а также кратко излагалась просьба или тема визита. Такие «визитные карточки» изготавливались каллиграфами индивидуально к каждому случаю, а потому не могли быть универсальными. К тому же изготовителям нужно было платить приличные деньги, что могли позволить себе лишь немногие.

Первые визитки, похожие на современные, появились в Китае примерно в III веке. Китайским чиновникам специальным указом вменялось в обязанность иметь визитные карточки на красной официальной бумаге. Никаких лишних сведений: имя, фамилия, должность.

Во Франции первые визитки появились во времена Людовика XIV. Она стала вещью значимой и представляла своего хозяина во всем величии.

В XVI-XVII веках визитками уже пользовались горожане Венеции и Флоренции. Первая печатная визитная карточка обнаружена в Германии и относится к 1786 году.

Более похожие на современные визитные карточки появились во Франции в середине XVII века во времена Людовика XIV. Именно роскошь двора «короля-солнца» послужила толчком для введения в этикет карточек для визита (carte de visite). Положение визитных карточек, как штучного товара, не особенно изменилось по сравнению с их древнекитайскими «родственницами». Карточками продолжали пользоваться только представители высшего света, и широкого распространения они не получили в основном из-за своей дороговизны. Правда, справедливости ради, нужно сказать, что это был благоприятный период в истории визитки: в оформлении карточек принимали участие художники, изготавливались они вручную, каждая была уникальна. Из довольно заурядных картонок они превращались в подлинные шедевры графического искусства и являлись прекрасным дополнением к лоску, титулам и званиям своих владельцев, их положению в обществе[[1]](#footnote-1).

Со временем положение визитной карточки изменилось. Как и следовало ожидать, она, наконец-то, получила более массовое распространение, Своеобразный «визиточный» бум достаточно просто объяснить, если посмотреть на реальную жизнь России того периода. В начале XIX века в обществе стали популярны визиты — утренние посещения родственников, знакомых и сослуживцев. Примерно со второй половины века они становятся обычаем. Визитки становятся неотъемлемым атрибутом таких встреч. Хотя лица низших сословий при визитах пользовались не визитками, а общими визитными листами. И это опять же указывает на тот факт, что визитки еще не стали общедоступными, хотя и расширили «зону влияния». В качестве иллюстрации можно привести пример из рассказа А.П. Чехова «Раз в год» (1884), где престарелая баронесса вот как говорит о купцах — «…для этих господ положены в передней лист бумаги и перо. Каждый сверчок знай свой шесток. Пусть распишутся и уедут…». Для мелких чиновников такие листы находились в подъезде начальника рядом со швейцаром, и подчиненные поздравляли его с праздниками (Рождеством Христовым, Пасхой, семейными торжествами), оставляя собственноручную запись на визитном листе, в которой указывали свою фамилию.

Положение визиток нашло отражение в энциклопедии Брокгауза и Эфрона, в которой авторы пишут о визитных карточках буквально следующее: «для представления во время визитов и пересылки подарков». Не менее известный Владимир Даль относит понятие о визитной карточке к теме «визит», тем самым, подчеркивая ее исконное и основное предназначение. Свое возросшее значение визитки утвердили даже в литературе, наконец-то, о них не только говорили, но и писали. Вспоминается опять же А.П. Чехов и его рассказ «Ненужная победа» (1882), где так говорилось о карточке репортера — «Его визитная карточка давала ему бесплатный вход во все подобные места, желающие, чтоб об их скандалах печатались рапортички … Скандал описанный в «Фигаро» – лучшая реклама».

Таким образом, визитные карточки стали неотъемлемой частью этикета. Правила их употребления были не менее сложны, чем правила пользования столовыми приборами. Визитные карточки дополнили ряд таких понятий, как, например, титул и чин[[2]](#footnote-2).

Возрастающая роль буржуазии в обществе способствовала выходу визитной карточки, что называется в «люди», а точнее в люди деловые. И происходит это в Европе и Америке, где визитная карточка продолжает свое «триумфальное» шествие. Недаром английское (или американское) название предмета — business card — в дословном переводе означает «деловая карточка», в отличие от французского — carte de visite — «карточка для визитов». Визитные карточки начала ХХ века интересны и своеобразны. Они резко отличаются от современных образцов. Все-таки в то время основная функция визитной карточки — это церемониальность, а на втором месте — их деловой аспект. Интересно, что особенно вычурны дамские визитные карточки. Не случайно, почти все они богато украшены орнаментальным тиснением или резьбой. Строгая форма карточек слегка изменяется фигурным краем опять же для украшения. Для дам визитная карточка — это часть этикета. Визитные карточки джентльменов более строги, они настроены на деловой лад.

К концу XIX века резко меняется функциональное назначение визитной карточки. В моду входит деловой стиль, и визитки выполняют строго информативные функции. На них указываются фамилия, титул, род занятий и точный адрес владельца[[3]](#footnote-3).

В России визитными карточками стали пользоваться в конце XVIII - начале XIX века.

Широкое распространение они получили во времена царствования Екатерины II - императрица очень любила изящные нововведения в области этикета.

На карточке И.И. Бецкого, президента Имперской академии художеств, красовался амур в облаках, держащий ленту над овальным, обрамленным веткой лавра щитом.

На поле щита можно было написать несколько строк для того, кому визитка предназначалась. Иной раз художник ограничивался простой орнаментной рамочкой с местом для письма - именно такой способ оформления использован на визитной карточке Д.И. Фонвизина. Визитные карточки А.В. Суворова были украшены сценами из охотничьей жизни.

Часто в качестве визитных карточек использовались изящные маленькие гравюры, прямо на которых писали фамилию.

В середине XIX века, в период становления буржуазии, оформление карточек существенно меняется. Визитка приобретает более лаконичный дизайн, исчезают замысловатые излишества в оформлении, на первый план выступает красота шрифтов.

С середины XIX века параллельно с типографским способом изготовления карточек сохраняется и рукописное их оформление. При заполнении специальных заготовок для визитных карточек, или, как их еще называли в те времена "билетов" пользовались орешниковыми чернилами. При нанесении на бумагу чернила приобретали благородный бронзовый 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.

Дизайном визитных карточек увлекались великие художники Бакст и Бенуа. 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 в Санкт-Петербурге в конце XIX века 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.

Дамские визитки в целом выглядели изящнее и миниатюрнее. Мужские же, наоборот, часто имели большие размеры и порой достигали формата стандартного почтового конверта.

Одновременно с визитными карточками создавались всяческие аксессуары к ним. В прихожей всякого почтенного дома обязательно стоял серебряный поднос для визитных карточек, а кое-где - устрашающего вида чучело медведя, держащего такой поднос на вытянутых лапах.

Приезжая с визитом, принято было оставлять свою визитку на этом подносе. Если гость не заставал хозяина дома, верхний левый уголок визитки принято было загибать.

Для собственных визиток заводили коробочки: кожаные, серебряные, золотые, фарфоровые, расписные, резные и инкрустированные. Для хранения визитных карточек изготавливали роскошно переплетенные альбомы с прорезями для карточек.

Шикарно оформленные визитные карточки стали применять и при организации свадебных, траурных, рождественских и пасхальных церемоний.

Уже в конце XIX века появляются рекламные визитки с указанием названия фирмы, фамилии владельца, адреса, телефона и зачастую коммерческого предложения товара или услуги. Другая сторона карточки использовалась в качестве счета: ее заполняли после продажи товара - наклеивали гербовую марку уплаты налога, ставили печать фирмы и передавали покупателю.

После 1917 г. выпуск визитных карточек в России резко прекратился. Вновь визитка появилась в Советском Союзе, но она резко отличалась от зарубежных визитных карточек. Стало принято фамилию владельца карточки писать впереди имени, что приводило многих в замешательство. Также отсутствовала какая либо изысканность и пышность.

За границей существовали два вида карточки: вертикальная и горизонтальная. Визитка вертикального формата появилась в конце 19 века, горизонтальная же появилась несколько раньше. В СССР в основном преобладал горизонтальный формат....

В советское время визитка являлась неотъемлемым атрибутом сотрудников обкомов и райкомов, реже деятелей культуры, космонавтов.

Времена изменились, и с приходом демократии иметь визитные карточки стало возможно всем.

У дизайнеров появилась новая веха творчества - дизайн визитной карточки. Появился спрос, требовательные заказчики.

Современные владельцы визиток стремятся втиснуть в неё 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 и поражают своей фантазией и профессиональностью[[4]](#footnote-4).

2. Значение визитных карточек в обществе

Необходимым элементом деловых отношений являются визитные карточки. Обмен ими является обязательным атрибутом первой встречи с деловым партнером. В этикете бизнеса они играют огромную роль, особенно в Японии, Китае, Корее, Гонконге, и в большинстве случаев заменяют любой документ, в том числе удостоверение личности. Так как менеджер часто представляет свою фирму во внешней среде, ему следует понимать роль и значение визитных карточек.

Деловые визитные карточки – это неотъемлемый атрибут современного делового общения. Первое представление, как правило, начинается с обмена визитными карточками. К настоящему времени сложились определенные общепринятые нормы их применения. В основе этих норм лежит простое понимание, что ваша визитная карточка – это то, что остается у вашего знакомого, собеседника, делового партнера после очной или заочной встречи в 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. В наше время визитная карточка вручается человеку, с которым хотят познакомиться поближе или собираются продолжить деловые отношения.

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.

В Европе визитная карточка уже давно стала важным инструментом налаживания деловых контактов, поддержания отношений. Вы можете порою оскорбить своего партнера по переговорам, не дав ему свою визитную карточку. Особенно сильны эти традиции в южных странах Европы – во Франции, Италии, Испании, Португалии. Любое знакомство с деловыми людьми в этих странах начинается с обязательного обмена визитными карточками, потому при деловом общении всегда необходимо иметь с собой достаточное их количество. Если в ответ на протянутую визитную карточку вы не дадите свою, то следует извиниться, объяснив причину и пообещав послать ее при первой возможности. Каким бы непродолжительным ни было ваше первое знакомство, при следующей встрече бизнесмен, имеющий вашу визитную карточку, не станет относиться к вам как к абсолютно незнакомому человеку.

На некоторых визитках указывается только адрес и телефон фирмы – это так называемые карточки фирмы. Вполне уместно использование на визитной карточке логотипа фирмы или организации.

Деловая визитная карточка без адреса также не соответствует нормам этикета (исключение составляют дипломаты и высшие государственные должностные лица). Если меняется адрес и еще неизвестны новые телефоны, то лучше указать официальный адрес организации, телефон секретариата или канцелярии[[5]](#footnote-5).

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

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 домашний адрес, ограничиваясь номером телефона.

Общие требования к шрифту визитных карточек заключается 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. Нужно быть осторожным с использованием курсивного начертания шрифтов, особенно если у вас редкая или труднопроизносимая фамилия или же речь идет о карточке на иностранном языке.

С помощью визитной карточки вы передаете (или получаете) необходимую первичную информацию новому партнеру: почтовый адрес фирмы, телефоны, факсы, e-mail.

Визитная карточка позволяет быстро найти координаты нужного человека, его служебный телефон, имя и отчество, если вы его нетвердо запомнили.

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.

Размер и шрифт визитной карточки строго не регламентируются, они зависят от местной практики и вкуса владельца. Однако наиболее распространены размеры 50 х 90 мм[[6]](#footnote-6).

Классический вариант — визитная карточка на бумаге, картоне белого цвета с матовой поверхностью, строгим черным шрифтом. Другие цвета могут использоваться только в изображении рекламного знака фирмы в левом верхнем углу карточки или в написании названия компании, если это ее фирменный цвет: например, ОАО "Газпром" пишется голубым цветом.

Разнообразие цветовых оформлений визитных карточек в России зачастую говорит об отсутствии культуры у владельца: попадаются то партийные (тиснение золотом на красном фоне), то "траурные" (золото на черном фоне), то "надгробные доски" (золото на мраморе). Появились визитные карточки с фотографиями, что считается не лучшим стилем.

Деловым людям желательно не проявлять эксцентричности ни в выборе материала, ни в цвете. Вычурно оформленная визитная карточка настораживает, а небрежно оформленная может вызвать предубеждение. Опечатки на визитной карточке недопустимы.

Так, например, в ОАО "Газпром" на переговоры по предоставлению многомиллионного кредита пришел представитель Инвестиционной компании, на визитной карточке которого была опечатка "Ивестиционная компания". Это вызвало недоумение и недоверие к фирме.

Встречаются ламинированные визитные карточки, что также неправильно, так как не дают возможности делать записи на полученной карточке о ее хозяине, сфере деятельности и т. п. Для делового человека делать для себя визитные карточки большего, чем принято, размера является также плохим тоном. Чтобы хранить такую карточку в картотеке, ее нужно обрезать или загибать.

В обычной деловой практике на визитных карточках, как правило, указывается фамилия, имя, отчество владельца, а также его место работы, адрес офиса, должность, служебный телефон, факс, e-mail. При написании должности нужно указать область полномочий. Например, не просто начальник отдела, а "начальник инвестиционного отдела".

Плохо, если крупным шрифтом на вашей визитке будет набрано название организации или фирмы, где вы работаете, а не ваши имя, отчество и фамилия. Визитная карточка должна представлять лично вас, а не фирму, в которой вы работаете.

Текст визитки печатается на родном языке (для нашей страны — на русском). В российском бизнесе сложилась такая практика: с одной стороны визитки текст печатается на русском языке, а с обратной стороны — на английском. Если строго следовать протокольным требованиям, то это не совсем верно: текст визитной карточки должен быть только на одной стороне, чтобы на чистой стороне можно было делать записи. Поэтому визитные карточки лучше иметь двух вариантов: на родном языке и на английском, как наиболее распространенном языке 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.

Если визитка напечатана на иностранном языке, фамилия и имя пишутся полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой. В иностранных языках понятие "отчество" отсутствует, и его могут воспринять как второе имя.

Номер домашнего телефона на стандартной визитке не проставляется. Это информация конфиденциального характера. При необходимости его можно написать от руки. Это знак уважения и доверия к человеку, которому вручается визитная карточка.

Лицам отдельных профессий, у которых нет присутственного офиса, можно указывать на визитной карточке свой домашний телефон. Это, как правило, адвокаты, страховые агенты, представители творческих профессий. Так, если на визитной карточке нет адреса фирмы, скорее всего, это визитная карточка частнопрактикующего врача, юриста и т. п.

Заказывать визитные карточки рекомендуется по 200 штук. Если закажите меньше — быстро разойдутся, больше — могут измениться ваше положение на фирме или координаты, и визитки станут непригодными. При изменении адреса или должности следует вручить деловому партнеру новую визитную карточку или по почте (можно с курьером) отправить старую и новую визитные карточки. Новый номер телефона в крайнем случае можно написать и от руки. А вот вписывать от руки новую должность считается неприличным. При изменении должности необходимо срочно печатать новые визитки[[7]](#footnote-7).

При знакомстве первым вручает визитную карточку тот, чей ранг или чье должностное положение ниже. Если социальный статус собеседников равный, первым предлагает визитную карточку младший по возрасту.

Карточку полагается передавать партнеру так, чтобы он мог сразу прочитать ее вслух. Свою фамилию, имя и отчество, особенно если они труднопроизносимые, следует назвать вслух. Неправильное ударение в фамилии или имени может привести к курьезам или неприятностям.

Вручают визитную карточку правой рукой, при контактах с церемонными азиатами — обеими руками. При этом вручающий и принимающий обмениваются легкими поклонами. Приняв визитную карточку, нужно прочитать ее содержание, поблагодарить и убрать в кейс, папку или положить перед собой на стол.

Ни в коем случае нельзя мять чужие визитные карточки, делать на них пометки, вертеть в руках на глазах у хозяина. Это воспринимается как неуважение.

Деловому человеку рекомендуется всегда иметь при себе не менее десяти своих визитных карточек. Он будет нелепо выглядеть, когда в ответ на визитную карточку начнет разыскивать листок бумаги для того, чтобы записать свой телефон или просто продиктует его устно. Отсутствие визитной карточки может стать помехой в установлении и поддержании деловых отношений.

Существуют также визитные карточки фирмы, предприятия, организации. В них указывается полное официальное название фирмы, ее логотип, почтовый адрес и адрес в Интернете, телефоны секретариата, направление деятельности, могут быть адреса и телефоны филиалов за рубежом. Такие карточки применяются для представительских целей, в том числе на презентациях, выставках, ярмарках, при вручении подарков, сувениров, поздравлений от имени фирмы.

Визитные карточки, полученные от деловых партнеров, стоит сохранить, для чего следует предусмотреть для них соответствующее место хранения. Удобны для хранения карточек специальные визитницы или визиткарды.

Все полученные карточки для удобства пользования целесообразно систематизировать с учетом сферы деятельности их владельцев, по организациям или по алфавиту.

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.

При проведении больших мероприятий типа симпозиумов, конференций и т. п. их организаторы заказывают большие визитные карточки — бейджи, которые, в отличие от визиток, никому не отдаются. Они представляют собой прямоугольный значок, который носится на левой стороне костюма. Бейдж содержит необходимые данные о личности и профессии его владельца: фамилию, имя, отчество, должность, название фирмы и прочие регалии. Сведения, касающиеся титулов, званий и других заслуг, располагаются ниже имени. Например, Забегаев Александр Петрович, вице-президент, д.э.н., профессор.

Такие карточки, оформленные как бейджи, выдаются непосредственно перед началом мероприятия, при регистрации прибывших или по предварительному соглашению. По общему правилу, на таких карточках бейджах обозначен логотип с символикой встречи, а данные владельца помещены ниже. Бейджи носят только в здании, где проходит мероприятие.

Отдельно выдаются бейджи с надписями "Пресса", "Гость", "Администратор", "VIP".

Размеры бейджа, тип шрифта и интервалы между буквами и словами необходимо выбирать такие, чтобы помещенный текст легко читался. Если на бейдже есть фотография, то она не должна быть расплывчатой. Футляр для бейджа делается из прозрачного, тонкого, но достаточно твердого оргстекла или полиэтилена, не искажающего изображение. Для каждого конкретного случая в футляр можно помещать различные бумажные карточки — вставки с текстом. Размер футляра — это дело вкуса[[8]](#footnote-8).

Заключение

История использования визитных карточек достаточно глубока. Первые визитные карточки появились в Китае в эпоху расцвета Сунской культуры. Они получили широкое распространение во Франции во время правления Людовика XIV. В XVIII веке каждый французский дворянин имел по несколько разных видов визиток. Форма, цвет, формат визитной карточки должны были отвечать определенным правилам. Так, параметры визитки строго отражали социальное положение хозяина. Каждая новая визитка становилась все больше и пышнее предыдущей.

Визитная карточка (визитка) — традиционный носитель контактной информации о человеке или организации. Изготавливается из бумаги, картона или пластика небольшого формата.

Визитка включает имя владельца, компанию (обычно с логотипом) и контактную информацию (адрес, телефонный номер и/или адрес электронной почты).

Визитки условно можно разделить на виды: личные, деловые и корпоративные.

В переносном смысле выражение «визитная карточка чего-либо» означает какой-либо отличительный, очень характерный (и, как правило, положительный) признак, однозначно указывающий на его обладателя, и как правило, принесший ему широкую известность или популярность.

* Личные визитки в основном используются в неформальном общении при дружеском знакомстве. В такой визитке, как правило, указываются имя, фамилия и телефонный номер владельца. Должность и адрес в этой визитке можно опустить. Печать визитки может быть исполнена в любом стиле и разрабатываться в соответствии с индивидуальными предпочтениями владельца.
* Корпоративная визитная карточка, как правило, не содержит имён и фамилий. При печати, в ней указывается информация о компании, сфера деятельности, перечень предоставляемых услуг, контактные телефоны, карта проезда, адрес веб страницы. Обычно корпоративная визитка отражает фирменный стиль, компании. Имеет рекламный характер и в основном используется на выставках, конференциях, съездах.
* Деловая визитка используется в бизнесе, на официальных встречах и переговорах, для предоставления контактной информации своим будущим клиентам. На деловых визитках обязательно указываются имя, фамилия, должность бизнесмена, а также название фирмы и вид её деятельности. В разработке визитки используется фирменный стиль компании и логотип. Такие визитки обычно имеют строгий дизайн. У державных служащих и депутатов на визитной карточке может находиться изображение государственных знаков отличий такие как флаг и герб страны. Деловая визитная карточка без адреса также не соответствует нормам этикета. Исключением являются дипломаты и высшие государственные должностные лица.

Список использованной литературы

1. Алборова А. Обязательные тонкости // БОСС. Бизнес: Организация, Стратегии, Системы, №10, 2003г.
2. Визит в историю // БОСС. Бизнес: Организация, Стратегии, Системы, №10, 2003.
3. Владимирова О. Визитки - бумажные осколки жизни // Независимая Газета, №6 от 06.06.2001 г.
4. Зарайченко В.Е. Этикет государственного служащего: Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2004. – 324 с.
5. Попов М.П. Визитная карточка. М.: Форум, 2003.
6. Стоцкая Л. Из истории визитных карточек. М.: РИА "Диалогъ", 2002.
7. Шарифуллин М., Ширенов Д. Визитные карточки // КомпьюАрт, №11, 1999
8. Шморгуненко О. Визитный этикет // Office, №11, 2002 г.

1. Визит в историю // БОСС. Бизнес: Организация, Стратегии, Системы, №10, 2003. [↑](#footnote-ref-1)
2. Стоцкая Л. Из истории визитных карточек. М.: РИА "Диалогъ", 2002. [↑](#footnote-ref-2)
3. Зарайченко В.Е. Этикет государственного служащего: Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2004. – 324 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Попов М.П. Визитная карточка. М.: Форум, 2003. [↑](#footnote-ref-4)
5. Владимирова О. Визитки - бумажные осколки жизни // Независимая Газета, №6 от 06.06.2001 г. [↑](#footnote-ref-5)
6. Алборова А. Обязательные тонкости // БОСС. Бизнес: Организация, Стратегии, Системы, №10, 2003г. [↑](#footnote-ref-6)
7. Шморгуненко О. Визитный этикет // Office, №11, 2002 г. [↑](#footnote-ref-7)
8. Шарифуллин М., Ширенов Д. Визитные карточки // КомпьюАрт, №11, 1999 [↑](#footnote-ref-8)