

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
*дисципліни*

**“ІНОЗЕМНА ДІЛОВА МОВА  
(АНГЛІЙСЬКА)”**

*(для бакалаврів  
нефілологічних спеціальностей )*

МАУП

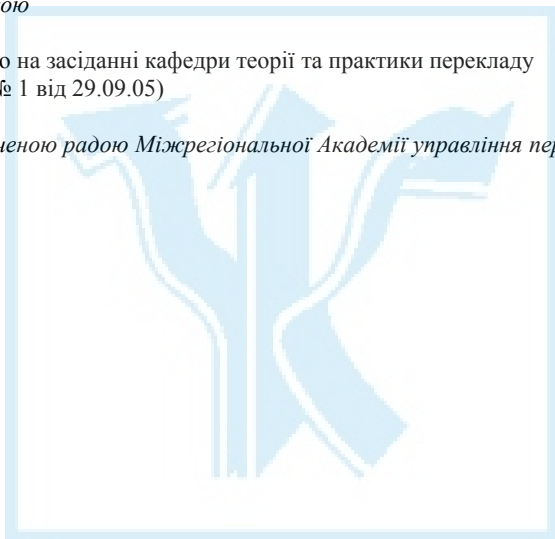
Київ 2005

Підготовлено доктором філософії, доцентом

*Л. А. Люлькою*

Затверджено на засіданні кафедри теорії та практики перекладу  
(протокол № 1 від 29.09.05)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



*Люлька Л. А.* Навчальна програма дисципліни “Іноземна ділова мова (англійська)” (для бакалаврів нефілологічних спеціальностей). — К.: МАУП, 2005. — 31 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Іноземна ділова мова (англійська)”, вказівки до самостійної роботи студентів, форми поточного та підсумкового контролю, вимоги до іспиту, питання для самоконтролю, контрольні завдання, а також список рекомендованої літератури.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП),  
2005

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Економічні та політичні реформи в Україні спричинили як інтернаціоналізацію університетів, так і підвищення мобільності викладачів і студентів. Суспільство потребує все більше спеціалістів, які можуть працювати на міжнародному рівні.

У цьому контексті останнім часом значення ділової англійської мови як засобу ділового спілкування набуло надзвичайної ваги у сфері освіти в нашій країні.

Мета курсу “Іноземна ділова мова (англійська)” — сприяти практичному опануванню студентами системи англійської мови та нормативної бази її функціонування в комунікативно-мовленнєвих ситуаціях у сфері їхньої майбутньої професійної діяльності, якісній підготовці фахівця до іншомовного спілкування у професійній сфері на основі світового досвіду та рекомендацій Ради Європи.

В основу курсу покладені принципи системності, комунікативної та професійної спрямованості навчання, інтерактивності, інтеграції та мовленнєво-розумової активності.

Засвоєння структури мови відбувається в типових комунікативних контекстах і основних видах мовленнєвої діяльності (аудіюванні, говорінні, читанні, письмі).

Передбачається розвиток у студентів навичок самостійної роботи під час виконання домашніх завдань (читання, переклад та переказ тексту, лексико-граматичні вправи, письмовий переклад, підготовка повідомлень тощо) і контрольних робіт, а також індивідуальне прослуховування аудіокасет, перегляд відеоматеріалів, постійне навчання читання та розуміння англійської спеціалізованої літератури в контексті сучасного життя і певної сфери трудової діяльності.

Дисципліна “Іноземна ділова мова (англійська)” є наступною для вивчення студентами після вивчення дисципліни “Іноземна мова (англійська)”. Таким чином, курс іноземної ділової мови передбачає використання набутих під час вивчення попередньої навчальної дисципліни знань, умінь та навичок для їх подальшого удосконалення та розвитку.

Основні завдання дисципліни:

- навчити майбутнього фахівця вільно орієнтуватися у сучасному інформаційному потоці з метою удосконалення іншомовних умінь і навичок;
- удосконалювати комунікативні уміння й навички володіння англійською мовою при спілкуванні на професійні теми;

- формувати у студентів сучасні уявлення про реалії життя в іншомовних країнах;
- розвивати уміння адекватно поводитися в різних життєвих ситуаціях ділового спілкування;
- готувати майбутнього фахівця до наукової діяльності, продовження освіти.

Наприкінці вивчення курсу студенти повинні вміти:

- вести бесіду-діалог проблемного характеру відповідно до програмної тематики та комунікативної функції;
- робити самостійні усні монологічні повідомлення англійською мовою за тематикою курсу;
- реферувати (усно та письмово) оригінальні різностильові тексти;
- здійснювати адекватний переклад з англійської мови на українську та навпаки текстів, що відповідають тематиці та рівню складності курсу.

**НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
*вивчення дисципліни*  
**“ІНОЗЕМНА ДІЛОВА МОВА**  
**(АНГЛІЙСЬКА)”**

№ пор.	Назва теми
1	Ділові знайомства. (Meeting people.)
2	Спілкування по телефону. (Telephoning.)
3	Компанії. (Companies.)
4	Продукція. (Products.)
5	Збори. (Meetings.)
6	Переговори. Планування. (Negotiations. Planning.)
7	Ділові подорожі. (Business travel.)

**ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ**  
**до вивчення дисципліни**  
**“ІНОЗЕМНА ДІЛОВА МОВА**  
**(АНГЛІЙСЬКА)”**

**Тема 1. Ділові знайомства. (Meeting people.)**

- a. Необхідність знання різних культур в бізнесі. (Importance of culture awareness in business.)
- b. Знайомство. Представлення. Отримання інформації. (Introductions. Getting information.)
- c. Звернення щодо працевлаштування. Резюме. Автобіографія. Співбесіда. (Applying for a job. Resume. CV. Interview.)
- d. Трудова діяльність особи. (Personality profile.)
- e. Соціальне спілкування з діловими знайомими. (Socializing. Entertaining visitors.)

*Література:* а) основна [1; 3; 12; 14; 15; 16; 17; 18; 20; 22];  
б) додаткова [2; 4; 6; 7; 8; 23–30]

**Тема 2. Спілкування телефоном. (Telephoning.)**

- a. Початок телефонної розмови. (Starting calls.)
- b. Передавання інформації. (Transferring information. Messages.)
- c. Вирішення проблем. (Solving problems. Doing things over the phone.)
- d. Запити. Замовлення. (Requests. Orders.)
- e. Призначення зустрічей телефоном. Внесення змін у попередні домовленості про зустрічі. (Arranging appointments over the phone. Changing arrangements.)

*Література:* а) основна [1; 3; 12–18; 20–22];  
б) додаткова [2; 6–8; 16; 12; 23–30]

**Тема 3. Компанії. (Companies.)**

- a. Представлення компанії. (Company profile.)
- b. Устаткування. Обладнання. (Facilities. Equipment.)
- c. Структура компанії. (Company structure.)
- d. Діяльність компанії. (Company activities.)
- e. Історія компанії. Зростання міжнародної компанії. (Company

history. Growth of a multinational.)

- f. Планування подальшого розвитку компанії. (Company's future.)  
*Література:* а) основна [1; 3; 10; 12; 14–18; 20; 22];  
б) додаткова [2; 4–8; 11; 16; 21–30]

**Тема 4. Обмін інформацією. Продукція. (Exchanging information. Products.)**

- a. Опис продукції, винаходів. (Describing products, inventions.)  
b. Розміри. Напрямки. (Information on size and dimensions.)  
c. Перевезення продукції. (Transporting a product.)  
d. Презентація продукції. (Product presentation.)  
e. Реклама. (Advertising.)  
f. Конкуренція. (Competition.)  
g. Якість продукції. (Quality.)  
h. Опис тенденцій, змін. Опис графіків, цифрових даних. (Describing trends. Graphs. Figures.)  
i. Звіт про досягнення цілей. (Report on progress in achieving targets.)  
j. Аналіз і порівняння інформації. Звіт. (Analyzing and comparing statistical information. Report.)

*Література:* а) основна [1; 3; 10; 12; 14–18; 20; 22]  
б) додаткова [2; 4; 6–9; 11; 16; 21–30]

**Тема 5. Збори. (Meetings.)**

- a. Підготовка до зборів: порядок денний, учасники, місце проведення. (Arranging meetings. Agenda. Venue.)  
b. Наведення проблем та способів їх вирішення. (Problems. Alternatives. Solutions.)  
c. Висловлення власних думок. Обговорення. (Making your point. Discussion.)  
d. Призначення ділових зустрічей. Розклад. (Making appointments. Schedule.)

*Література:* а) основна [1; 3; 12; 14–18; 20; 22]  
б) додаткова [2; 4; 6–8; 16; 19; 21–30]

### **Тема 6. Переговори. Планування. (Negotiations. Planning.)**

- a. Підготовка переговорів. Угоди. Контракти. (Preparing negotiations. Agreements. Contracts.)
- b. Пошуки компромісів у конфліктних ситуаціях. (Looking for compromises in conflict situations.)
- c. Передбачення можливих наслідків дій. (Consequences of possible courses of actions.)
- d. Планування майбутньої роботи. Прогнозування. (Future work plans. Predictions.)

*Література:* а) основна [1; 3; 12; 14–18; 20; 22]  
б) додаткова [2; 4; 6–8; 16; 19; 21–30]

### **Тема 7. Ділові подорожі. (Business travel.)**

- a. Підготовка до подорожі. Замоклення квитків, кімнати, транспорту. Розклад. (Preparing a business trip. Booking tickets, a room in a hotel, transport.)
- b. Міжкультурне спілкування. Звичаї. (Cross-cultural communication. International social customs.)
- c. Відвідання компанії. Системи. Процеси. (Company visits. Systems. Processes.)

*Література:* а) основна [1; 3; 12; 14–18; 20; 22]  
б) додаткова [2; 4; 6–8; 16; 19; 21–30]

### **САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ**

Розвиток у студентів навичок самостійної роботи передбачається під час виконання домашніх завдань (читання, переклад та переказ тексту, лексико-граматичні вправи, письмовий переклад, підготовка повідомлень тощо і контрольних робіт, а також під час індивідуального прослуховування аудіокасет і перегляду відеоматеріалів.

Особливо велика увага в самостійній роботі приділяється підготовці усних повідомлень, діалогів та монологів англійською мовою, самостійному вивченню окремих питань тем курсу, огляду рекомендованої літератури англійською мовою, перекладу з англійської та на англійську мову.

Наприкінці курсу студенти повинні вміти:

- здійснювати аудіювання оригінальних різностильових текстів в межах програмної тематики, аналізувати та коментувати прослуханий матеріал;
- вести бесіду-діалог проблемного характеру відповідно до програмної тематики та комунікативної функції;

- робити самостійні усні монологічні повідомлення англійською мовою згідно з тематикою курсу;
- реферувати (усно та письмово) оригінальні різностильові тексти;
- здійснювати адекватний переклад з англійської мови на українську та навпаки текстів, що відповідають тематиці та рівню складності курсу.

### **ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

Поточний контроль знань здійснюється шляхом усної бесіди за вивченими темами курсу та тестування.

Підсумковий контроль знань проводиться наприкінці семестру за умови наявності позитивних оцінок поточного контролю шляхом проведення усного заліку / іспиту.

Екзаменаційна картка складається з трьох практичних завдань:

- читання та переказ тексту відповідного напрямку, пояснення деяких термінів,
- вільна бесіда на запропоновану тему курсу,
- переклад речень з української мови на англійську.

### **ВИМОГИ ДО ІСПИТІВ**

1. Прочитати, перекласти на українську мову та переказати оригінальний текст обсягом 1500–2000 друкованих знаків.

2. Зробити усне повідомлення за однією з тем, вивчених впродовж семестру. Монологічне висловлювання обов'язково повинно включати лексико-граматичний матеріал, засвоєний протягом семестру, відповідати мовним нормам, бути логічним і послідовним. Обсяг 10–15 речень.

3. Усно перекласти речення з української мови на англійську (за тематикою, визначеною для кожного етапу навчання). Обсяг перекладу — 5 речень.

*Час на підготовку — 30 хвилин.*

### **ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Знайомство. Представлення. Отримання інформації. (Introductions. Getting information.)
2. Звернення щодо працевлаштування. (Applying for a job.)
3. Співбесіда. (Interview.)
4. Резюме. (Resume.)



5. Автобіографія. (CV.)
6. Трудова діяльність особи. (Personality profile.)
7. Телефонні розмови. Передавання інформації. (Starting calls. Transferring information. Messages.)
8. Представлення компанії. (Company profile.)
9. Структура компанії. (Company structure.)
10. Діяльність компанії. (Company activities.)
11. Історія компанії. (Company history.)
12. Зростання міжнародної компанії. (Growth of a multinational.)
13. Презентація продукції, опис. Винаходи. (Product presentation, describing. Inventions.)
14. Перевезення продукції. (Transporting a product.)
15. Реклама. (Advertising.)
16. Конкуренція. (Competition.)
17. Якість продукції. (Quality.)
18. Опис тенденцій, змін. Опис графіків, цифрових даних. (Describing trends. Graphs. Figures.)
19. Звіт про досягнення цілей. Аналіз і порівняння інформації. Звіт. (Report on progress in achieving targets. Analyzing and comparing statistical information. Report.)
20. Підготовка до зборів: порядок денний, учасники, місце проведення. (Arranging meetings. Agenda. Venue.)
21. Представлення проблем та способів їх вирішення. (Problems. Alternatives. Solutions.)
22. Висловлення власних думок. Обговорення. (Making your point. Discussion.)
23. Призначення ділових зустрічей. Розклад. (Making appointments. Schedule.)
24. Підготовка переговорів. (Preparing negotiations.)
25. Угоди. Контракти. (Agreements. Contracts.)
26. Передбачення можливих наслідків дій. (Consequences of possible courses of actions.)
27. Планування майбутньої роботи. Прогнозування. (Future work plans. Predictions.)
28. Підготовка до подорожі. Замовлення квитків, кімнати, транспорту. Розклад. (Preparing a business trip. Booking tickets, a room in a hotel, transport.)
29. Міжкультурне спілкування. Звичаї. (Cross-cultural communication. International social customs.)
30. Відвідання компанії. Системи. Процеси. (Company visits. Systems. Processes.)

## **КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

### **Варіант I**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на запитання.**

#### ***IS GLOBALIZATION BAD FOR POOR COUNTRIES?***

Globalization is bad for poor countries because it increases inequality and poverty. By globalization, we mean the economic model that has come to dominate global policy making since the end of the Second World War. This includes the neo-liberal economic policies of free trade, financial and capital market liberalization, deregulation and privatization.

This economic model sees global corporations acting as the engines of economic growth, and assumes that the wealth they create will reach the rest of society. However, its policies keep wealth at the top, force people away from their traditional livelihoods, prevent access to important social services, and keep developing countries from improving their social conditions.

This economic model sees financial considerations as the most important — in particular, the unrestricted accumulation of human, natural and capital resources by global corporations.

Globalization does not have to happen. Alternative policies and institutions have been in existence ever since it began. Globalization is simply a combination of policy priorities chosen over other alternatives to advance the interests of those creating the policies.

The failure of the globalization model was best explained by the United Nations in its 1999 Human Development Report: “The new rules of globalization and the players writing them — focus on integrating global markets, neglecting the needs of people that markets cannot meet. The process is concentrating power and marginalizing the poor, both countries and people.”

Of the largest 100 economies in the world today, 52 are corporations. Also, the combined value of the sales of the largest 200 global corporations is 18 times the size of the combined income each year of the 1.2 billion people — 24 per cent of the world's total population who are living in severe poverty.

Globalization's success at serving the interests of the few has led to what the United Nations describes as the “staggering concentration of wealth among the ultrarich.” Total wealth controlled by people with assets of at least \$1 million rose from \$7.2 trillion in 1986 to \$27 trillion in 2000.

The rich have certainly become richer, but the poor have either remained as

poor or become poorer. In addition, globalization is worsening the conditions of poverty, with hunger rising and life expectancy falling.

In the past two years, countries across South America have elected governments that are against globalization; their opposition comes from bitter experience.

(ANTONIA JUHASZ is project director at the International Forum on Globalization in San Francisco ([www.ifg.org](http://www.ifg.org)). She is also one of the authors of the IFG publication “Does Globalization Help the Poor?”)

***Agree or disagree. Give your reasons.***

1. Globalization is bad for poor countries.
2. This economic model sees global corporations acting as the engines of economic growth.
3. Globalization is worsening the conditions of poverty.

***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Михайлов — менеджер.
2. Він працює в компанії “Кока-кола”.
3. Його компанія продає товари в усьому світі.
4. Михайлов часто зустрічається з представниками іноземних компаній.
5. Вони обговорюють ціни, умови оплати та доставки.
6. Михайлов починає свій робочий день о дев’ятій ранку і закінчує о шостій вечора.

***Варіант 2***

***1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.***

***IS GLOBALIZATION BAD FOR POOR COUNTRIES?***

In our study last year (“Globalisation: Keeping the gains”), we found strong evidence that globalization is good for poor countries. By globalization, we mean the lowering of tariffs on imports and the lowering of barriers to foreign direct investment (FDI).

A recent World Bank study of 73 developing economies found that, since 1980, countries that increased their ratio of trade to gross domestic product (GDP) grew almost four times as fast as those that did not. These countries grew fast enough to reduce the income gap with developed economies; in other words, they grew much faster than the OECD countries.

Economies with faster economic growth tended also to show a more rapid reduction in poverty. Of the three main developing regions — Africa, Latin America and East Asia — the East Asian economies have globalized the most. They have shown the strongest economic growth and the sharpest decrease in poverty. In China alone, the number of people living in poverty decreased by 90 million between 1987 and 1998.

There have also been success stories in Africa, the world's poorest region. In the past 15 years, Uganda has removed trade barriers and opened itself to FDI. Between 1986 and 1999, GDP growth averaged 6.9 per cent, which is about the rate a developing economy needs to reduce poverty. World Bank studies show that the number of people living in poverty in Uganda has been reduced from 56 to 36 per cent.

Trade helps an economy to grow in several ways. First, it encourages businesses to specialize and to produce in areas where they have an advantage. Over time, particularly in poorer countries, this helps them to employ more people. Second, trade increases the size of the market for local producers. It also brings in new technologies that can help to increase productivity.

FDI plays a big role, too. Many of the most successful developing economies in Asia, such as Malaysia, Thailand and China, have been helped by foreign companies bringing in new technologies, new skills and marketing know-how.

Some people claim that FDI is bad for workers. However, a study by the Institute for International Economics ([www.iie.com](http://www.iie.com)) shows that foreign companies in low-income economies pay twice the wage that local companies do. So the argument that foreign companies exploit employees in poor countries is not true.

In fact, the evidence shows that when countries open up to international firms, this tends to introduce international labour standards. Our study looked at Indonesia, where I personally met union groups. I found they preferred their members to work for multinational companies. The unions said that local firms, which do not have these standards, were more likely to exploit local workers.

(BRENDAN BERNE is director of trade finance at the Department of Foreign Affairs and Trade in Australia. He is also a director of the department's Economic Analytical Unit ([www.dfat.gov.au/eau](http://www.dfat.gov.au/eau))).

***Think and answer.***

1. What did economies with faster economic growth tend to show?
2. How did the number of people living in poverty decreased between 1987 and 1998 in China?
3. What do World Bank studies show?
4. How does trade help an economy?

5. What happens when countries open up to international firms?

**2. Перекладіть з української на англійську мову.**

1. Доброго ранку! Моє прізвище Грін. Я — представник фірми “Сміт енд К<sup>О</sup>”.
2. У мене ділова зустріч з Петровим о десятій.
3. Петров працює у фірмі “Автоекспорт”. Ця фірма продає автомобілі.
4. Автомобілі фірми “Автоекспорт” високої якості і відповідають вимогам замовників.
5. Учора фірма “Автоекспорт” отримала замовлення на 5 автомобілів від фірми “Сміт енд К<sup>О</sup>”.

**Варіант 3**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.**

**POLES APART?**

Maja laughed when I said I would take a taxi from Warsaw airport to her flat. “You’ll be lucky,” she replied and insisted on picking me up in her Polski Fiat. When we arrived, her grandmother opened the door and held her hand out. Naturally, I gave her a firm handshake, which for me has always been a sign of good manners. I was surprised by her rather frosty reaction. Later, I discovered that she had expected me to kiss her hand, not shake it.

At lunch there was much more food than we could possibly eat. This was typical of the unbelievable hospitality and generosity I experienced over the next few weeks. When I was asked what I would buy with the currency that I had had to exchange, I replied that I needed some coffee cups. By the end of my trip, I had been given three coffee services.

Despite the deprivation, there was an extraordinary spirit and an infectious patriotism. “All we need are books and potatoes,” said the Polish leader of the summer school where I was working. Late-night conversations were about politics and Polish history. I felt embarrassed about how little I knew about key events, such as the Katyn massacre in 1940, when more than 4,000 Polish army officers were killed by the Soviets. And unlike my students, I had always had free access to information.

This was the Poland I experienced in the early 1980s. Now, of course,

things are very different. The last 20 years have brought massive changes, which are likely to continue as Poland becomes a member of the European Union on 1 May.

As business people from central and eastern Europe often point out, it is important to know something about the area's past in order to be effective doing business there in the present. Yet there is a feeling that this fact is often overlooked by Western business partners.

Knowledge of the past helps one to understand what I experienced, for example. The kiss on the hand is probably a vestige of the Austro-Hungarian empire; some, but not all, Poles continue this tradition.

Networking skills and flexibility are highly developed in people who needed them for everyday survival in communist Poland. Poland's history of foreign occupation means that there is still a strong sense of patriotism among today's Poles. When you meet business partners from Poland, it is worth thinking about their age and background. What is their personal or family experience of the German occupation, the communist era, the Solidarity revolution or the new capitalism? Which of these factors influence them most strongly?

In this article, we will look at some of the important factors in business relations between Germany and Poland.

***Think and answer.***

1. Why did Maja laugh?
2. What were late-night conversations about?
3. How does knowledge of the past help?

***1. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Минулого місяця мій друг обійняв посаду менеджера у новій фірмі.
2. Минулого місяця ми підписали контракт на поставку обладнання з фірмою "Вайт енд К<sup>0</sup>".
3. Завтра наші менеджери їдуть на фірму "Вайт енд К<sup>0</sup>", щоб подивитись нове обладнання.
4. Два менеджери нашої фірми приймають містера Блейка, а інші переглядають умови нової угоди.
5. Я знаю менеджера цієї фірми з того часу, як він почав працювати з нами.

## **Варіант 4**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.**

### **MAKING YOUR CONTACTS WORK FOR YOU**

Tina Mitiguy was still unemployed after trying most traditional ways to find a job last year. Then she was invited by a friend to join *www.Linkedin.com*, an online networking site. A few days later, a manager using the site saw her online profile and contacted her about a job. The next week, she was hired.

“I felt just incredibly fortunate at the time, because not only was it a job but a really good fit for my background,” says Mitiguy, who is 31 years old. She joined RedMedic, a company in San Jose, California, that creates portable medical records for patients, as a manager of member services.

The story is more remarkable when one considers that Ken Toren, the vice president of marketing for RedMedic who contacted Mitiguy, didn't advertise anywhere for the job. Nor has he considered hiring a firm to find staff for other positions at the company. So far, he has done all his searching on LinkedIn.

“When you put an advertisement out, you find some good people,” Toren says. “If you use a network like LinkedIn, it's a much more trusted environment.”

A growing number of Internet sites are creating digital webs of people, allowing them to take personal networking to a new level that might be called “hypernetworking.” Sites such as LinkedIn, *www.Spoke.com*, *www.Tribe.net*, *www.Ryze.com* and *www.Friendster.com* are free and allow people to get in contact with a great number of people who might be useful to them. Some sites provide professional contacts, while others are more socially focused. Most sites, including LinkedIn, are open to anyone. In all cases, the sites present an exciting new arena for job seekers.

The concept of such sites is simple. At LinkedIn, for example, people joining the site create their own network by inviting the people they know and trust to become part of a list of contacts. These people, in turn, create their own networks of contacts, and so the group of people on the site grows in size and in areas of interest.

“What we're really doing is creating new media to do the same thing we do when we meet at a cocktail party,” says Gerry Crispin, a principal of CareerXroads, a recruiting-technology consulting company in Kendall Park, New Jersey. He believes that the concept will have a huge influence on the way people look for jobs, as more people get comfortable using the sites and connecting up with people they meet online through mutual acquaintances.

The sites could be especially useful for job seekers who want to find contacts who work for a particular company or who are in a certain industry or profession, because users can search for people using a wide range of criteria. Many sites also provide users with a kind of networking road map that shows them how many layers of people they will have to go through to reach a desired contact.

Crispin advises job seekers who use the sites to be upfront about their intentions when asking a contact to introduce them to the next person in the chain. For example, you might want to get a personal referral for a job from an employee at a company to increase your chances when you apply for the position. But he also warns people to read each site's privacy policies carefully. “I think there are some privacy issues left unanswered,” he says.

Others stress that, even though a quick search on a site may find you very good potential contacts, you still need to be prepared to build long-term relationships. Laura Allen, a co-founder of *www.15SecondPitch.com*, a New York company that teaches networking skills, says many people don't trust connections made only through e-mail.

On Friendster, she is herself connected to 300,000 people through 17 contacts. “That's not very useful to me, because I'm not going to make contact with most of those people. They're too far removed,” says Allen. She recommends meeting online contacts in person wherever possible. “They're more likely to pass on your information if you've met them face-to-face,” she says.

Networking groups that don't have as broad a reach but are more targeted often offer other services. Some of these groups, for example, have informal gatherings on a regular basis. Allen belongs to two such sites: *www.CareerChangeNetwork.com*, for people considering new career paths, and *www.Dinnergrlls.org*, a networking group for women.

When using online sites, job seekers shouldn't forget the basic rules of traditional networking. There are three top rules that they need to keep in mind for any kind of networking:

- Remember to say “thank you” to the person who provided an introduction for you, and send an update of your progress.
- Be clear about what you want. Explain exactly what help you need



from contacts, and tell them how you could possibly benefit them. You could, for example, introduce them to people you know who may be useful to them.

— Build relationships before you need them. “If you need a job now, you need to rely on yesterday's relationships,” says Diane Darling, president of Effective Networking, a Boston consulting firm.

In the end, a network with hundreds of names will still probably need to be whittled down, because you can only keep up a limited number of personal relationships. “All the technology in the world can't beat a personal referral,” says Darling.

***Think and answer.***

1. How was Tina Mitiguy hired?
2. What is the concept of digital webs of people?
3. What does Crispin advise job seekers?

***2. Перекладіть з української мови на англійську.***

1. Семенов працює менеджером у нас на фірмі.
2. Минулого місяця він їздив до Германії обговорювати умови майбутньої угоди з фірмою “КТ”.
3. Наша фірма продає машини, телефонне обладнання та інші товари в різні країни.
4. Можна мені переглянути ці каталоги? — Ні. Я повинен показати їх нашому генеральному директору.
5. Учора ми отримали листа від наших англійських партнерів. Чи треба мені перекласти його на українську мову?

## **Варіант 5**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.**

### ***KEEPING YOUR E-MAIL IN-BOX EMPTY IS NOT EASY, BUT IT IS WORTH IT***

At the beginning of this year, I was talking to a friend who works in Ireland's IT industry. He told me that the country's very successful jobs agency, the Industrial Development Authority (IDA), had got a new slogan: "Ireland, knowledge is in our nature."

Clever, that; and it might partly explain why "knowledge" companies such as eBay and Google are creating hundreds of jobs in Dublin instead of, say, Dubrovnik. The new slogan is also clearly an attempt to persuade high-tech companies looking towards India that they should invest in Europe instead.

Slogans alone, of course, do not deliver jobs. That's the function of strategy, and the current Irish one can be summed up in two words: "bit literacy".

Ever heard of bit literacy? Well, if we are to believe those who created the concept, managing one's bits — that is, one's e-mail, files, contacts, calendar, etc. — is going to be an increasingly essential job skill. This makes sense, because we're all dealing with more bits every day — and not just spam. Bit literacy is the ability to manage it all and still be effective. Ireland's IDA hopes that by offering bit-literate workers to employers, it will get the jobs its competitors are looking for.

Would you like to become a little bit bit literate? I'll show you how to start; after that, it's up to you, your boss or your educator to make the next move.

The problem with information is that bits are so easy to create, copy and send that, without some filtering policy, the value of the bitstream declines quickly. A perfect example is the e-mail inbox. Many e-mail users are so undisciplined about deleting or filtering their mail that the bits flowing in — spam and genuine mail — make the in-box so cluttered that it has no value whatsoever.

Keeping the in-box empty, say the experts, is an important step on the way to becoming bit literate.

Why should you have an empty in-box? Here are three reasons, although there are many more, of course:

- Important e-mails get forgotten when they are mixed up with lots of other messages.
- Time is lost looking for a specific e-mail when the in-box is filled with hundreds of messages.
- An in-box that is filled with messages that are weeks or months old is depressing and stressful to look at.

Keeping an in-box empty may sound like a simple thing, but try it and you will see how difficult it is.

The effort is well worth it, however, as it is impossible to be effective if you are drowning in data. And the whole point of being bit literate, as I said at the beginning, is to be a more effective worker.

Ten years ago, when the Internet was beginning to make itself felt in business, one of the buzz terms was “keyboard literacy”. The idea that all office workers, top managers included, would have to learn to type and take care of their own correspondence was revolutionary in those days.

But people soon saw the advantages of being able to use a keyboard, and now no one thinks it strange that bosses write their own e-mails instead of dictating them to assistants. A decade later, bit literacy is the logical next step.

***Think and answer.***

1. What is the function of strategy?
2. What is bit literacy?
3. Why should you have an empty in-box?

***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Наступного місяця ми підпишемо угоду на поставку обладнання з фірмою “Блейк енд К<sup>О</sup>”.
2. Фірма почне постачати обладнання через півроку.
3. Наш директор поїхав до Лондона. Він вестиме переговори з кількома фірмами протягом місяця.
4. Наша фірма зацікавлена у придбанні ліфтів. Вони потрібні нам якнайшвидше, так як ми збираємось закінчити будівництво цього об’єкта наступного місяця.
5. У понеділок Чернов і Сміт зустрілись, і переговори почалися.

## **Варіант 6**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.**

### ***SENDING MEMOS AND MAKING PHONE CALLS***

Memos are business documents that are typically used for giving reports or briefings within a company. Normally, they are short and concise, although sometimes they are used to provide an introduction to a short report.

Memos tend to be as formal as business letters but don't normally have an opening greeting ("Dear...") or closing remark ("Yours..."). Companies usually have an in-house template for memos, with a specific logo, font, etc. Memos normally include the following elements: "To:", "From:", "Subject:" and "Date:". In the pull-out guide (see page 70) you will find an example of a typical memo.

Memos must explain clearly what they are about. Here are two common types with example phrases: . A follow-up to a meeting: "As a result of last week's meeting..."

. A reminder: "The project should be finished by 22 September."

At the end of a memo, it is also essential to include one's contact information, such as one's telephone number, e-mail address, etc.

Increasingly, telephone contact is being replaced by e-mail, with certain negative consequences. People often think that they are getting a job done by sending e-mails. Often, however, what they are doing is simply postponing action.

Telephoning has clear advantages: it is a better medium for the discussion of sensitive or complex issues, and it allows you to agree to take immediate action. (However, it is often best to prepare for discussions of conflicts with an exchange of e-mails first to allow positions to be clarified.) Also, talking provides more opportunities for creating a positive working relationship with your colleagues.

As is true for internal e-mails, internal telephone calls tend to be less formal, less prepared and therefore less professional than external communication. However, there is a danger of forgetting the "telephone basics" and of not respecting your colleague sufficiently.

Improve your English by using it on the telephone at least once a day rather than sending e-mail. Telephoning is a great way to improve fluency and build vocabulary. Many telephone calls can be seen as a three-step process, as shown in the box below with examples of the kind of language needed.

You could also add an English version to your voicemail greeting. For example, record something like: "Hello, this is Janet Johnson. I'm sorry, but I'm

not available at the moment. Please leave a message and I'll call you back as soon as I can. Thanks.”

One of the disadvantages of phone calls is that they potentially disturb colleagues who are busy doing other things. That is why it is always important to check whether the other person has time. Another disadvantage for English-learners is that telephone calls in a second language can be much more stressful than e-mails.

***Think and answer.***

1. What are memos?
2. What is it essential to include at the end of a memo?
3. What advantages does telephoning have?

***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Фірма могла запропонувати лише 40 факсів з негайною доставкою, ще 60 факсів фірма погодилася доставити трьома партіями по 20 факсів через рівні проміжки часу.
2. Фірма може надати свої транспортні послуги.
3. Умови влаштували Петрова, і у вівторок представники фірми підписали угоду.
4. Моя секретарка розмовляла по телефону з містером Вайтом і домовилась про нашу з ним зустріч у п'ятницю о десятій ранку.
5. Наш головний менеджер сам поїде до Лондона, щоб домовитись про ціни та умови поставки обладнання.

***Варіант 7***

***1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.***

***JOANNE HESSION: SHOWING WOMEN THE WAY***

For Joanne Hession, running a business is the perfect working solution for women. “You can set your schedule, provide people with jobs they enjoy, and have working hours that allow a lifestyle with children,” she says. The 33-year-old Irish business enterprise consultant should know. She is expecting her second baby in May, but that doesn't stop her from running her company, R&H Consulting in Dublin, which she set up in 1998.

After getting a business studies degree at University College Dublin and studying at the city's Smurfit School of Business, Hession spent four years in chartered accountancy. She then worked in academic research and teaching in

Dublin, as well as for the charity Concern in Tanzania (she says her motive was “to give up the rat race”).

After returning to Ireland from Africa, Hession worked for a small training and business-consulting firm in Dublin for three years. “I told the owner I was there to learn about how to run a small business. It didn't stop them from being shocked when I decided to set up on my own,” she says. “But that's what I really wanted to do.”

Hession's company provides a “Women in Business” programme for 15 enterprise boards across Ireland, including the Dublin City Enterprise Board. Many highranking business people offer their services to these boards at no cost, providing information and support to those who wish to start up a business. Their assistance includes financial support, help with making a business plan, a programme for young entrepreneurs, and the women's workshops.

At the moment, women entrepreneurs are still in the minority. “One out of 20 women in Ireland runs her own business, as compared with one out of eight men,” says Hession. However, 21 per cent of Irish small businesses are owned or managed by women, a higher percentage than in the UK.

Hession's training programme was chosen by the Austrian Institute of Small Businesses as a model for best practice in 2002. The programme begins by looking at people's fears about setting up a business, and then helps them to focus on their aims and the concrete steps that need to be taken. “You have to write up a business plan, both for yourself and for getting financing,” says Hession.

The programme also looks at the form the business should take, and at the various tax, legal and insurance requirements of each form. Other basic issues covered include managing finances and budgets, improving customer service and selling skills, mastering time management, presenting oneself effectively and getting funding.

Issues that specifically confront women form an integral part of the programme. The reason for that is obvious: “There are more barriers for women setting up a business than for men,” says Hession. “These include the issues of acceptance and men's attitudes to women. We'd love to think these issues aren't there, but they still are.”

***Think and answer.***

1. What is running a business for Joanne Hession?
2. What does Hession's company provide?

3. How does the programme begin?

**2. Перекладіть з української на англійську мову.**

1. Менеджери обговорюють умови контракту з самого ранку.
2. Ми купуємо обладнання у цієї фірми уже два роки і дуже задоволені нашим співробітництвом.
3. Нещодавно ми почали співробітничати з фірмою “Блек енд К<sup>О</sup>”. Ми ніколи не мали справу з цією фірмою раніше, але багато про неї чули.
4. Ми вирішили розмістити замовлення на поставку десяти комп’ютерів.
5. Ми зацікавилися цією моделлю комп’ютера, оскільки вона відповідає нашим вимогам, і ціну ми вважаємо досить прийнятною.

**Варіант 8**

**1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.**

***TAILORED TO FIT?***

Do you remember the business suit you bought for your first job interview? It's very likely that the suit no longer fits. Probably, it's out of fashion, it doesn't represent the person you are today, or it isn't suitable for the position you hold now. In much the same way, your management skills may also be out of date.

One way to learn about the latest developments is through executive education — short courses designed specifically for experienced managers. Business schools, consulting firms and trade organizations all offer management development courses. Many companies also offer courses to their own employees. Here's a guide to choosing courses that are suited to your needs.

Unlike MBA programs for managers, executive courses do not generally lead to a degree. Executives can choose between open programs and custom (also called customized) programs. Open programs are like buying a suit off the rack: there is a wide selection and something for every taste. This type of management training course is open to executives from all companies, with the advantage that executives are often more open when dealing with peers from other companies than with people from inside their own firms. When

participants come from different countries, this can also provide in sights into how problems are solved in other cultures.

“It was the diversity of subjects and opportunity for interaction with a large number of participants that influenced my decision,” says Anton Herbig, senior vice president of global manufacturing at GlaxoSmithKline, who attended the open program “Orchestrating Winning Performance” at IMD in Lausanne, Switzerland (see page 80).

Custom programs are open programs that have been adapted to suit a particular company or industry. The most successful corporate education providers now tailor their programs to each individual client. “A transformation of the custom program market is taking place,” says David Miller, director of business development for Duke Corporate Education in Durham, North Carolina. “Most of our work is in response to a real business issue, one that is a problem for a company. It is not just about education or training. What is important to the client company is whether or not the business issue or problem gets solved.”

When companies want an even higher degree of specialization in training, they create their own training centers, academies or corporate universities (CU). The first was General Electric's Corporate Business School, established in the 1950s; now there are more than 2,500 CUs worldwide. These academies offer training in management development as well as corporate culture.

Most corporate universities also offer courses that are open to managers from outside the company. It is not only multinational firms that establish corporate universities, says Torsten Groth from the Corporate University Learning Network, an association of CUs in Europe. Large, family-owned businesses, too, often prefer to develop their own management training. “Their attitude is, ‘We don't need advice from outside; others can learn from us,’” says Groth.

### ***Think and answer.***

1. What is one way to learn about the latest developments?
2. What do executive courses generally lead to?
3. When companies want an even higher degree of specialization in training, what do they do?

### ***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Під час переговорів продавці надали нам знижку 2 %, тому що це було перше наше замовлення, і фірма була зацікавлена в торгових контактах з нами.



2. Ми були цілком задоволені переговорами і в майбутньому чекаємо гарних ділових стосунків з фірмою “Блек енд К<sup>0</sup>”.
3. Ми знали, що нам доведеться погодитися на умови фірми.
4. Директор фірми сподівається, що партнери погодяться на проведення переговорів наступного тижня.
5. Секретарка поцікавилась, хто має прийняти містера Брауна.

### ***Варіант 9***

***1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.***

#### ***A WINNING PERFORMANCE***

On the third day of the executive education program, an Arab bank manager comes to lunch rubbing his hands in satisfaction. He's just held “very interesting” talks on financing a venture to export handmade furniture to England.

The banker is one of more than 300 people attending “Orchestrating Winning Performance”, a six-day course at IMD (Institute for Management Development) on the shores of Lake Geneva. Managers from 50 countries have come together to study various business issues and developments, to exchange ideas with other executives, and to make business contacts.

Lectures, group work, discussions, and case studies make up the formal part of this open enrollment program. During a class on the psychology of negotiations, George Kohlrieser, an American expert on hostage negotiations, holds an imaginary gun to his head. In the role of a hostage-taker, he shouts, “I'm going to kill you!” Then, as the hostage, he begs, “Wait! Give me just five minutes! I have a wife and children!” “No!” Kohlrieser shouts as the hostage-taker. “I'm going to kill you now!” “Please, wait just three minutes...”

Kohlrieser takes a deep breath and looks around. “Are these negotiations going well?” he asks. Most of the people in the classroom are too shocked to answer. “Yes!” Kohlrieser says. “The hostage is still alive!” After bringing the situation to a satisfactory ending (the hostage goes free), Kohlrieser draws parallels between the psychology of the hostage situation and conflicts at work.

Managing conflicts, reducing costs and leading multicultural teams are some of the subjects executives can choose from during the program. With people from so many countries attending, discussions of cultural differences

take place outside the classrooms, too. After dinner, groups compare national stereotypes. “In the Netherlands, we’re very curious,” says a marketing manager for a Dutch beverage company. “For example, I’ll walk right up to anyone and ask, “What do you do?”

The vice president of finance from an Indian technology company replies that it’s not possible to generalize about people in India. “There are 17 official languages,” he says. “Tell me what town you’re working in, and I can tell you what it’s like to work with the people there.”

The following day, during a seminar on customer orientation, lecturer Jacques Horovitz, himself a director of an international hotel chain, asks the executives how they see their customers. A Ukrainian manager of a shoe store complains that returns are a real problem in his country. “People return shoes that are a year old,” he says. “Hmm, why not try a shoe subscription service?” asks Horovitz. “Charge a price that will cover the exchange for a new pair every year.” For a moment, the only sound is that of pens writing on paper. Has the idea inspired the managers to offer a similar service in their own businesses?

On the final evening, a dinner cruise with live music is planned as a relaxing way to close the program. Yet none of the executives on board seem to be listening to the jazz band. They are all too busy talking.

***Think and answer.***

1. What is “Orchestrating Winning Performance”?
2. What makes up the formal part of this open enrollment program?
3. What subjects can executives choose from during the program?

***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Товар не було доставлено вчасно, тому що у фірми було занадто багато замовлень.
2. Наступного року фірма збирається представити на світовий ринок нову модель комп’ютера.
3. Нашого менеджера запитали, чи використовується цей новий метод у промисловості.
4. Вам слід було прийти раніше, оскільки обговорення питання, яке Вас цікавить, уже почалося.
5. До пропозиції має бути додано каталог, а також технічні характеристики машини.

## ***Варіант 10***

***1. Перекладіть текст з англійської мови на українську та дайте відповіді на питання.***

### ***CONSULTANTS CAN TURN MANAGERS INTO SLAVES***

For a long time, critics have argued that psychotherapy makes things worse, not better. Therapists, they say, reduce the dignity, autonomy and freedom of those who come to them for help. They force people to behave according to the ideas of others and to believe things about themselves and their experiences that are simply not true.

Therapy may promise liberation, but its critics argue that it enslaves. Indeed, the more extreme critics say that it is a form of political control. It makes people believe their problems are caused not by society, but by their own behaviour. It persuades them to act in a more conformist way.

Even worse, if that is possible, some therapists encourage dependence. Through a number of wellknown processes such as transference, they make sure their patients remain patients, unwilling or unable to make any decisions without consulting their psychotherapists first.

Now replace the word “psychotherapist” with “management consultant”. Is management consulting a form of social control? Do consultants encourage dependence?

Management consultants are, of course, easy targets in the same way that therapists are. Many people resent both their power and the money they earn. And the charlatans, though hopefully fewer in number than the real professionals, are often more memorable.

There are many reasons why managers become dependent on consultants. Consultants can offer unusual (and sometimes correct) insights into the business. They can write smart reports that help in high-level discussions. They can do the dirty work of sacking people. A consultant can, in short, be a very helpful (if very expensive) “friend” of management.

Charlatans encourage dependence by promising more than they can deliver. They let the helpless and hopeless manager believe that there is a silver bullet: all one has to do is to sell this manufacturing plant or outsource that service, and all will be well.

Consultants are also good at giving bad news. Weak managers can hide behind them when they recommend downsizing or restructuring, but such help is often needed again and again.

Consultants also know how to behave. Quiet wisdom, privileged insight and clever judgement is what both therapy patients and management clients want. They want to know that problems can be solved.

It is not difficult for consultants, like therapists, to make clients see the world as they do. They can easily persuade them that things they used to think were good are in fact bad. They can set up processes that bring powerful results, and the clients will need them periodically to support these new ideas.

Most managers have met others who seem unable to make even simple decisions on personnel (hiring, firing, promoting) without first consulting their guru. They seem enslaved, not liberated, by their contact with management consultants.

***Think and answer:***

1. Why does psychotherapy, in critics opinion, make things worse?
2. Why do managers become dependent on consultants?
3. How should consultants behave?

***2. Перекладіть з української на англійську мову.***

1. Містер Блек повідомив, що замовлення не може бути збільшене до 50 машин.
2. Ми будемо вдячні, якщо Ви надішлете нам Вашу пропозицію на комп'ютер моделі ЕС10.
3. Дякуємо Вам за листа від 7 квітня ..., у якому Ви просите повідомити подробиці щодо цін на наші комп'ютери та умови поставки.
4. Представник фірми сказав, що їм довелося підняти ціни на комп'ютери, і вони пропонують нам свої комп'ютери за вищою ціною, але на дуже вигідних умовах поставки і платежу.
5. Я думаю, що ми зможемо вирішити питання про подальші замовлення після того, як уважно вивчимо нові ціни фірми.

***СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ***

1. *Vicki Hollett*. Business Objectives. — Oxford University Press, 1997.
2. *Vicki Hollett*. Business Opportunities. — Oxford University Press, 1998.
3. *David Cotton, David Falvey, Simon Kent*. Market Leader. — Longman, 2001.
4. *Bill Mascull*. Business Vocabulary in Use. — Cambridge University Press, 2003.

5. *Tricia Aspinall & George Bethell*. Test Your Business Vocabulary in Use. — Cambridge University Press, 2003.
6. *Nick Brieger & Simon Sweeney*. Early Language of Business English. — London: Prentice Hall, 1997.
7. *Nick Brieger & Simon Sweeney*. The Language of Business English. — London: Prentice Hall, 1994.
8. *Nick Brieger*. Test your Professional English. — England: Longman.
9. *Sue Robbins, Kevin Manton*. First Insights into Business. — England: Longman.
10. *Graham Tullis, Tonya Trappe*. New Insights into Business. — England: Longman.
11. *Vicki Hollett*. Quick Work. — Oxford University Press.
12. *Andy Hopkins, Jocelyn Potter*. Work in Progress. — England: Addison Wesley Longman Ltd., 1998.
13. *Andy Hopkins, Jocelyn Potter*. More Work in Progress. — England: Addison Wesley Longman Ltd., 1999.
14. David Cotton, Sue Robbins. *Business Class*. — England: Longman.
15. *Leo Jones*. *Working in English*. — Cambridge University Press.
16. *Leo Jones, Richard Alexander*. New International Business English. — Cambridge University Press.
17. *Paul Emmerson*. Business English Frameworks. — Cambridge University Press.
18. *Ian Badger, Sue Pedley*. Everyday Business Writing. — England: Pearson Education Ltd., 2003.
19. *Peter Viney, Karen Viney*. Handshake. — Oxford University Press.
20. *Roger Barnard, Jeff Cady*. Business Venture. — Oxford University Press.
21. *Adrian Wallwork*. Business Vision. — Oxford University Press.
22. *David Grant and Robert Mc Larty*. Business Basics. — New York: Oxford University Press, 1995
23. *Adrian Wallwork*. Business Options. — Oxford University Press.
24. *Бахов И. С., Гринько Е. В.* Деловой английский. Практикум. — К.: МАУП, 2003.
25. *Богацкий И. С., Дюканова Н. М.* Бизнес-курс английского языка-ка. — К.: Логос, 1997.
26. *Борисенко И. И., Евтушенко Л. И., Дейнеко В. В.* Английский язык в международных документах и дипломатической корреспонденции. — К.: Логос, 1999.
27. *Газети*, новини по Інтернету.

28. Дудкина Г. А., Павлова М. В. Учебник английского языка для делового общения. — М.: AVERS, 1994.
29. Карпусь И. А. Английский деловой язык: Учеб. пособие.— К.: МАУП, 1998.
30. Тарнопольський О. Б., Кожушко С. П. Ділові проекти: Підручник. — К.: Фірма “ІНКОС”, 2002.



## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка .....	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Іноземна ділова мова (англійська)” .....	4
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Іноземна ділова мова (англійська)” .....	5
Самостійна робота студентів .....	7
Форми поточного та підсумкового контролю .....	8
Вимоги до іспитів .....	8
Питання для самоконтролю .....	8
Контрольні завдання .....	10
Список рекомендованої літератури .....	28

Відповідальний за випуск  
Редактор  
Комп’ютерне верстання

*Ю. В. Нешкуненко*  
*Є. В. Оратовська*  
*Т. Г. Замура*

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-2346

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП