36기 비즈니스통번역 허소영

-3회차 번역 지정과제

 열린정부파트너쉽(OGP)은 지방정부를 중앙정부의 계획에 더 능동적으로 참여시키기위해 고안된 새로운 시범 프로그램을 시작합니다. OGP는 청렴함을 장려하고, 시민들에게 자율권을 주며, 부패를 척결하고, 새로운 기술을 활용해서 정부의 통치를 강화하기 위해 지방정부들의 구체적인 책무를 확보할 목적으로 이루어진 69개국의 파트너쉽입니다. OGP는 열린 정부 개혁을 진행할 시범 프로젝트에 참여시킬 열성적인 정치적, 실무적인 개혁자들과, 시민 사회에서 적극적으로 참여하고 열정적인 파트너들로 구성된 지방정부를 찾고 있습니다.

 참여하는 정부들이 야심 찬 공약을 만들고 아이디어와 경험을 공유하도록 지원하는 방법과 시민과 시민 사회 기구가 변화에 박차를 가하기 위해 OGP를 이용하는 방법에 대해 많이 연구하는 동안, 운영위원회는 OGP가 진전을 보이고 영향을 미칠 새로운 방법을 시험하는 데에 대단히 관심을 보였습니다. 지방정부들을 대상으로 한 OGP의 시범 프로그램이 새롭게 시험하는 것 중 하나인데, 본 정부는 쓸데없이 시간을 낭비하는 대신 지방정부와 함께 일하는 수많은 기관들과 파트너쉽들과 협력하고 싶습니다. 몇 기관들과 그 기관의 종사자 또는 주변 관계자들과의 대화를 통해 OGP가 제 역할을 하고 국제적으로 작동하는 프로그램을 더 지역적 수준으로 도입할 수 있도록 하는 여지와 요구를 보여주었습니다.

**ㅡ**

 All employees are required to be aware of company’s standard, policy and process in advance. Our product data is transferred to the interested parties in various field, and consumers, government and competitors thoroughly examine the authenticity of the data. Therefore all communication messages must be made prudently. Improper marketing messages will only ruin our reputation that has been built elaborately.

1. When the product or service content is changed, you must report to the related department accurately right away.
2. Product info such as place-of-origin or assembly bureau written on the marketing advertisement, product packaging or promotion must be marked precisely.
3. Make sure to check if there is any content that is against the law relevant to the marketing material made by external cooperator such as advertising agency or company policy.
4. Recording deceptive or exaggerated messages on the company’s marketing material or omitting the important information is not allowed. It disturbs customers to choose correctly.
5. Do not compare with competitors or competitor’s product as shown below.
* Comparison that is not based on objective info.
* Comparison under the condition that is applied at a disadvantage only to the competitors or competitors’ item.
1. Be cautious not to distribute the marketing data which contains the product performance, distinguished feature, market share which are not based on public confidence such as objective test results.
2. Data which is developed externally could not be a reason to be used imprudently in marketing.