


**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
Unię Europejską w ramach  
Europejskiego Funduszu  
Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu			Kod ECTS
Komunikacja w przedsiębiorstwie			8.0.10457
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Katedra Językoznawstwa i Teorii Przekładu			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Filologia germańska	forma	stacjonarne
		moduł	biznesowo-gospodarcza
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr Izabela Kujawa			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin			Liczba punktów ECTS
Formy zajęć			8 semestr 2 - 3 ECTS - udział w zajęciach dydaktycznych (30 godz.), samodzielna lektura i przygotowanie projektu/prezentacji (30 godz.), samodzielne przygotowanie się do zajęć/zaliczeń (30 godz.) semestr 3 - 5 ECTS -udział w zajęciach dydaktycznych (30 godz.), samodzielne przygotowanie projektu i prezentacji (60 godz.), samodzielne przygotowanie się do zajęć/zaliczeń (30 godz.), samodzielna lektura (30 godz.)
Sposób realizacji zajęć			
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej			
Liczba godzin			
Ćw. audytoryjne: 60 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2021/2022 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- fakultatywny (do wyboru) - obowiązkowy		niemiecki	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją - Dyskusja - Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny) - Praca w grupach - Rozwiązywanie zadań - Wykład z prezentacją multimedialną		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja - zaliczenie ustne - ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie trwania semestru - kolokwium	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje zaliczenie z oceną na podstawie: <ul style="list-style-type: none"><li>• obecności i czynnego udziału w zajęciach</li><li>• ocen cząstkowych za wypowiedzi ustne i pisemne przygotowane w domu lub formułowane na zajęciach podczas gier symulacyjnych oraz pracy w grupach</li><li>• ocen cząstkowych uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru</li><li>• prezentacji ustnych</li><li>• pisemnych kolokwium zaliczeniowych</li></ul>	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt kształcenia	Dyskusja	Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)	Wykład z prezentacją multimedialną	Analiza tekstów z dyskusją	Rozwiązywanie zadań	Praca w grupach
K_W04	X	X	X	X	X	X
K_W07	X	X	X	X	X	
K_W08	X	X	X	X		
K_W14	X	X		X		
K_U07	X	X		X	X	
K_U08	X	X		X	X	X
K_U10	X	X		X		
K_U11	X	X		X		
K_U15	X	X	X	X	X	
K_U17		X				
K_U18		X				
K_K01				X		
K_K02		X				X
K_K03		X				X

**Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi****A. Wymagania formalne**

Ukończenie semestru I z wynikiem pozytywnym

**B. Wymagania wstępne**

Znajomość języka niemieckiego umożliwiaiąca osiągnięcie założonych efektów kształcenia

**Cele kształcenia**

Celem zajęć jest wypracowanie umiejętności aktywnego i skutecznego komunikowania się z partnerem niemieckojęzycznym przy uwzględnieniu czynników międzykulturowych oraz przedstawienie i przećwiczenie narzędzi z zakresu organizacji pracy w korporacji.

**Treści programowe**

Semestr II:

Wprowadzenie do komunikacji interpersonalnej. Specyfika komunikacji nieoficjalnej i oficjalnej. Poczta elektroniczna jako środek komunikacji profesjonalnej - cechy, struktura pisma, formuły językowe. Czynniki międzykulturowe w komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym. Elementy niemieckiej etykiety językowej (formy adresatywne, przywitania, pożegnania, zawieranie znajomości itd.). Formuły stosowane przy inicjowaniu kontaktów biznesowych, ich podtrzymywaniu oraz zakończeniu. Zastosowanie odpowiednich form adresatywnych w zależności od sytuacji komunikacyjnej. Prowadzenie korespondencji handlowo-biznesowej na przykładzie realizacji zamówienia cz.1: zapytanie ofertowe, oferta/sporządzanie ofert.

Semestr III:

Prowadzenie korespondencji handlowo-biznesowej na przykładzie realizacji zamówienia cz.2: przygotowanie zamówienia, potwierdzenie zamówienia, rachunek, dostawa, upomnienie, reklamacja. Ćwiczenia w prowadzeniu rozmów telefonicznych. Prowadzenie dyskusji i sporu. Zasady przeprowadzania prezentacji organizacji: forma organizacyjno-prawna, profil, kierunki i zasięg działalności, struktura, współpracownicy, miejsce w systemie gospodarczym. Kreowanie wizerunku firmy.

**Wykaz literatury****Literatura****wykorzystywana podczas zajęć:**

- Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag
- Eismann V. 2007. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag
- Eismann V. 2010. Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag
- Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett
- Frindte W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim.
- Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext
- Levy-Hillierich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf – für alle Sprachen: B1-B2 – Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag
- Wergen J., Wörner A., 2013. PONS Bürokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Übungen für jeden geschäftlichen Anlass. Pons

GmbH. Stuttgart

**do samodzielnego studiowania przez studenta:**

- Buscha A., Linthout G. Geschäftskommunikation – Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag
- Dregger, H., Dregger, P. 1998. Polsko-niemiecki i niemiecko-polski słownik handlowo-finansowy. Warszawa: Poltex
- Hering A., Matussek M. Geschäftskommunikation – Besser schreiben: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag
- Kienzler, I. 2000. Słownik prawniczo-handlowy niemiecko-polski i polsko-niemiecki. Janki k. Warszawy: AW Morex.
- Kilian A. 2002. Słownik języka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck.
- Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nützliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett

**uzupełniająca:**

- Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck.
- Perrin, D. 2006. Medienlinguistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

**Kierunkowe efekty uczenia się**

P6U\_W, P6S\_WG, P6S\_WK, P6U\_U, P6S\_UW, P6S\_UK,  
P6U\_UO, P6U\_U, P6S\_UU, P6\_UK, P6S\_KK, P6S\_KR  
K\_W04, K\_W07, K\_W08, K\_W14,  
K\_U07, K\_U08, K\_U10, K\_U11, K\_U15, K\_U17, K\_U18,  
K\_K01, K\_K02, K\_K03

**Wiedza****Absolwent:**

- zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu biznesu i gospodarki (K\_W04)
- ma uporządkowaną i zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu biznesu i gospodarki (K\_W07)
- ma podstawową wiedzę o uczestnikach działalności biznesowo-gospodarczej (K\_W08)
- zdaje sobie sprawę z różnorodności źródeł informacji, rozumie kompleksowość natury języka, jego złożoności, ze sposobów funkcjonowania języka w różnych zakresach komunikacji (K\_W14)

**Umiejętności****Absolwent:**

- potrafi posługiwać się podstawowymi pojęciami z teorii komunikacji (K\_U07)
- potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu biznesu i gospodarki w typowych sytuacjach profesjonalnych (K\_U08)
- ma umiejętność merytorycznego uzasadniania formułowanych tez, potrafi krytycznie wykorzystać poglądy innych autorów, formułować wnioski oraz komunikować je zróżnicowanym kręgom adresatów (K\_U10)
- potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku niemieckim, wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne (K\_U11)
- zna język niemiecki na poziomie C1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (K\_U15)
- potrafi odpowiednio planować i określać priorytety służące realizacji określonego przez siebie, wraz z innymi lub przez innych zadania; potrafi współpracować z innymi studentami w ramach zadań zespołowych i projektów (K\_U17)
- rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego (K\_U18)

**Kompetencje społeczne (postawy)****Absolwent:**

- ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności, podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści (K\_K01)
- potrafi ocenić, kiedy do rozwiązania problemu potrzebna jest wiedza eksperta, nawiązać kontakty i zwrócić się o pomoc (K\_K02)
- jest gotowy do angażowania się w życie społeczne i zawodowe, charakteryzuje się postawami prospołecznymi i poczuciem odpowiedzialności (K\_K03)

**Kontakt**

izabela.kujawa@ug.edu.pl