


**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			8.0.9438
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; dr Izabela Olszewska			
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			
2020/2021 letni			
Status przedmiotu	Język wykładowy		
obowiązkowy	niemiecki		
Metody dydaktyczne	Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne		
	Sposób zaliczenia		
	Zaliczenie na ocenę		
	Formy zaliczenia		
	- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja - zaliczenie ustne - ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen częściowych 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 częściowych za wypowiedzi ustne i pisemne przygotowane w domu lub formułowane na zajęciach podczas gier symulacyjnych oraz pracy w grupach</li><li>• ocen częściowych uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru</li><li>• prezentacji ustnych</li><li>• pisemnych kolokwium zaliczeniowych</li></ul> Egzamin pisemny obejmuje test leksykalny oraz sporządzenie wskazanych przez Prowadzącego tekstów użytkowych. Egzamin ustny obejmuje produkcję poprawnych fonologicznie, gramatycznie, leksykalnie oraz pragmatycznie wypowiedzi ustnych.		

**Sposób weryfikacji założonych efektów kształcenia**

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_U04	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**

Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej

**B. Wymagania wstępne**

Znajomość języka niemieckiego udokumentowana pozytywnym zaliczeniem I semestru studiów filologii germańskiej. W wyjątkowych przypadkach Prowadzący może podjąć decyzję o odstąpieniu od tego warunku.

**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. Rola komunikacji niewerbalnej.

Czynniki międzykulturowe w komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym. Elementy niemieckiej etykiety językowej (formy adresatywne, przywitania, pożegnania, zawieranie znajomości itd.).

Organizacja kontaktów handlowych. Niemiecka etykieta językowa w kontaktach handlowych: zastosowanie sztywnych formuł, wykorzystywanych przy inicjacji kontaktów, ich podtrzymywaniu oraz zakończeniu. Zastosowanie odpowiednich form adresatywnych w zależności od sytuacji komunikacyjnej.

Zasady prowadzenia rozmowy telefonicznej. Ćwiczenia wstępne.

Pocztą elektroniczną jako środek komunikacji profesjonalnej – cechy, struktura pisma, sztywne formuły językowe.

Wizytówka w kontaktach handlowych. Aranżacja spotkań biznesowych.

Semestr III:

Ćwiczenia w prowadzeniu rozmów telefonicznych. Rozmowa z kontrahentem mówiącym dialektem. Ćwiczenia artykulacyjne. Prowadzenie dyskusji i sporu.

Ćwiczenia w prowadzeniu korespondencji handlowo-biznesowej (sporządzanie ofert, zamówień, realizacja zleceń, dostawa, reklamacje).

Semestr IV:

Ćwiczenia w prowadzeniu korespondencji handlowo-biznesowej (dokumentacja personalna, dokumenty aplikacyjne, dokumentacja urzędowa)

Redakcja stron www.

Zasady przeprowadzania prezentacji organizacji: forma organizacyjno-prawna, profil, kierunki i zasięg działalności, struktura, współpracownicy, miejsce w systemie gospodarczym. Kreowanie wizerunku firmy. Spotkania biznesowe. Zasady prowadzenia skutecznych rozmów handlowych z niemieckim partnerem przy uwzględnieniu czynników kulturowych.

**Wykaz literatury**

Wykaz literatury

A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):

## A1. 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

## A.2. studiowana samodzielnie 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. Kommunizieren im Beruf: 1000 nützliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett

## B. Literatura 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 kształcenia**

K\_W04, K\_W07, K\_W08, K\_W14, K\_U04, K\_U08, K\_U10, K\_U11, K\_U15, K\_U17, K\_U18, K\_K01, K\_K02, K\_K03

**Wiedza**

K\_W04, K\_W07, K\_W08, K\_W14,

Absolwent:

- Zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu wybranej specjalności, tj.: teorii przekładu, dydaktyki lub biznesu i gospodarki (K\_W04)
- Ma uporządkowaną i zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu biznesu i gospodarki (K\_W07)
- Ma wiedzę o powiązaniach filologii germańskiej z innymi dziedzinami i dyscyplinami nauk humanistycznych i pokrewnych, 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 oraz zmienności historycznej znaczeń w języku niemieckim (K\_W14)

**Umiejętności**

K\_U04, K\_U08, K\_U10, K\_U11, K\_U15, K\_U17, K\_U18

Absolwent:

- Zna i potrafi korzystać z metod i narzędzi badawczych typowych dla biznesu i gospodarki (K\_U04)
- 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)**

K\_K01, K\_K02, K\_K03

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