


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		9.0.6031	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki			
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		7	
Ćw. audytoryjne		Semestr 3:	
Sposób realizacji zajęć		30 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		35 godzin - samodzielna lektura i przygotowanie projektu/prezentacji;	
Liczba godzin		10 godzin - samodzielne przygotowanie się do zajęć/zaliczeń.	
Ćw. audytoryjne: 60 godz.		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
		Semestr 4:	
		15 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
		35 godzin - samodzielne przygotowanie się do zaliczenia, wykonanie projektu i prezentacji.	
		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
		Semestr 5:	
		15 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
		15 godzin - samodzielne przygotowanie się do zajęć/zaliczeń;	
		20 godzin - samodzielna lektura.	
		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
		Łącznie: 175 godzin = 7 ECTS.	
Termin realizacji przedmiotu			
2023/2024 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		niemiecki	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	

<ul style="list-style-type: none"> - Analiza tekstów z dyskusją - Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków) - Dyskusja - Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny) - Praca w grupach - Rozwiązywanie zadań - Wykład z prezentacją multimedialną 	<ul style="list-style-type: none"> - 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"> • obecności i czynnego udziału w zajęciach - 10%; • ocen cząstkowych za wypowiedzi ustne i pisemne przygotowane w domu lub formułowane na zajęciach podczas gier symulacyjnych oraz pracy w grupach - 20%; • ocen cząstkowych uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru - 20%; • prezentacji ustnych - 20%; • pisemnych kolokwiów zaliczeniowych - 30%. 	

Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się

zakładany efekt uczenia się	ocena wypowiedzi podczas dyskusji	projekty / prezentacje	testy i kolokwia zaliczeniowe	ocena wypowiedzi podczas analizy tekstów z dyskusją	rozwiązywanie zadań	obserwacja podczas pracy w grupach / gier symulacyjnych
Wiedza						
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		
Umiejętności						
K_U07	X	X	X	X	X	
K_U08	X	X		X	X	X
K_U10	X	X		X		
K_U11	X	X	X	X		
K_U15	X	X	X	X	X	
K_U17		X				
K_U18		X				
Kompetencje społeczne						
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 umożliwiająca osiągnięcie założonych efektów uczenia się

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 III:**

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/sporzządzanie ofert.

Semestr IV:

Prowadzenie korespondencji handlowo-biznesowej na przykładzie realizacji zamówienia cz.2: przygotowanie zamówienia, potwierdzenie zamówienia, rachunek, dostawa, upomnienie, reklamacja. Ćwiczenia w prowadzeniu rozmów telefonicznych.

Semestr V:

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 Lektorlett.
- Frindte W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim.
- Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschler in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltex.
- Kujawa, I. (red.) 2020. Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfadens mit ausgewählten Themen für die Praxis. Gdańsk: Wydawnictwo UG.
- Levy-Hillerich 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.

Literatura 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 Lektorlett.

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 uczenia się

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

Student:

- zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu biznesu i gospodarki, zwłaszcza zaś komunikacji interpersonalnej w organizacjach i korespondencji handlowej oraz prezentacji przedsiębiorstw (K_W04);
- ma uporządkowaną i zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu biznesu i gospodarki, zwłaszcza w obszarze treści programowych (K_W07);
- ma podstawową wiedzę o uczestnikach działalności biznesowo-gospodarczej (K_W08);
- zdaje sobie sprawę z różnorodności źródeł informacji i zróżnicowanych sposobów funkcjonowania języka w różnych zakresach komunikacji (j. standardowy vs. język specjalistyczny, komunikacja ustna i pisemna, zwłaszcza mailowa, formy i zasady korespondencji handlowej) (K_W14).

Umiejętności

Student:

- potrafi posługiwać się podstawowymi pojęciami z teorii komunikacji (K_U07);
- potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu biznesu i gospodarki w typowych sytuacjach profesjonalnych, zwłaszcza prowadząc korespondencję handlową lub prezentację przedsiębiorstwa (K_U08);
- ma umiejętność merytorycznego uzasadniania formułowanych tez (K_U10);
- potrafi krytycznie wykorzystywać poglądy innych autorów (K_U10);
- potrafi formułować wnioski oraz komunikować je zróżnicowanym kręgom adresatów (K_U10);
- potrafi używać języka specjalistycznego gospodarki i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku niemieckim, wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne (K_U11);
- zna język niemiecki na zaawansowanym poziomie, tzn. wypowiada się spontanicznie, spójnie i precyzyjnie, z użyciem właściwych form adresatywnych oraz właściwego stylu wypowiedzi (K_U15);
- potrafi odpowiednio planować i określać priorytety służące realizacji

	<p>określonego przez siebie, wraz z innymi lub przez innych zadania (K_U17);</p> <ul style="list-style-type: none">• potrafi współpracować z innymi studentami w ramach zadań zespołowych i projektów (K_U17);• rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego (K_U18).
	<p>Kompetencje społeczne (postawy)</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none">• ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności (K_K01);• 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 eksperta w dziedzinie komunikacji biznesowej (K_K02);• posiada rozwinięte umiejętności komunikacyjne (K_K03);• jest gotowy do angażowania się w życie społeczne i zawodowe (K_K03);• charakteryzuje się postawami prospołecznymi i poczuciem odpowiedzialności (K_K03).
<p>Kontakt</p> <p>izabela.kujawa@ug.edu.pl</p>	