


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 I		9.0.6332	
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; dr Anna Socka			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		3	
Ćw. audytoryjne		30 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
Sposób realizacji zajęć		20 godzin - samodzielna praca/lektura;	
zajęcia w sali dydaktycznej		25 godzin - przygotowanie projektu/prezentacji.	
Liczba godzin		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
Ćw. audytoryjne: 30 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy		- niemiecki w wymiarze 90.00%	
- fakultatywny (do wyboru)		- polski w wymiarze 10.00%	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją		Sposób zaliczenia	
- Dyskusja		Zaliczenie na ocenę	
- Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)		Formy zaliczenia	
- Praca w grupach		- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja	
- Rozwiązywanie zadań		- zaliczenie ustne	
- Wykład z prezentacją multimedialną		- 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"> ocen cząstkowych za wypowiedzi ustne i pisemne przygotowane w domu lub formułowane na zajęciach podczas gier symulacyjnych oraz pracy w grupach - 30%; ocen cząstkowych uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru - 20%; prezentacji ustnych - 20%; pisemnych kolokwii 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	
K_W14		X	X			X
Umiejętności						
K_U08	X	X		X	X	X
K_U10	X	X		X		
K_U11	X	X				
K_U17		X			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

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.

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.
- Kujawa, I. (red.) 2020. Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden 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: Poltext.
- 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.

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_W14
K_U08, K_U10, K_U11, K_U17
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 wiedzę z zakresu biznesu i gospodarki oraz wiedzę na temat pojęć z nimi związanych i zasad ich funkcjonowania (K_W07);
- rozumie, na czym polega różnorodność komunikacji, zwłaszcza tej z obszaru biznesu i gospodarki (K_W14);
- potrafi rozróżnić źródła informacji (K_W14);

Umiejętności

Student:

- 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 prawidłowo adekwatnie do kontekstu w komunikacji biznesowej używać języka specjalistycznego, wykorzystując przy tym różne techniki komunikacyjne (K_U11);
- potrafi wyznaczać sobie cele i priorytety w działaniu (K_U17);
- potrafi planować kolejne etapy pracy i współpracować w grupie (K_U17).

Kompetencje społeczne (postawy)

Student:

- ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej (K_K01);
- jest gotów do nawiązania kontaktu i zwrócenia się o pomoc do eksperta o odpowiednich kwalifikacjach (K_K02);
- jest gotowy do świadomego zaangażowania się w życie społeczne i zawodowe konkretnych (K_K03);
- ma świadomość, że oba obszary wymagają konkretnych postaw prospołecznych i odpowiedzialnych (K_K03).

Kontakt

izabela.kujawa@ug.edu.pl