


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 II		9.0.6333	
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		2	
Ćw. audytoryjne		15 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;	
Sposób realizacji zajęć		35 godzin - samodzielne przygotowanie się do zaliczenia, wykonanie projektu i prezentacji.	
zajęcia w sali dydaktycznej		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
Liczba godzin			
Ćw. audytoryjne: 15 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		- niemiecki w wymiarze 90.00% - polski w wymiarze 10.00%	
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"> ocen cząstkowych uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru - 40%; prezentacji ustnych - 30%; pisemnych kolokwium 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	
K_W14	X	X		X		
Umiejętności						
K_U08	X	X		X		X
K_U10	X	X		X		
K_U11	X	X	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 umożliwiaiąca 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

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

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.
- Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltex.
- 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: 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.

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	Wiedza
K_W04, K_W07, K_W14 K_U08, K_U10, K_U11, K_U17	Student: <ul style="list-style-type: none"> • zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu biznesu i gospodarki,

K_K01, K_K02, K_K03	<p>zwłaszcza zaś komunikacji interpersonalnej w organizacjach i korespondencji handlowej oraz prezentacji przedsiębiorstw (K_W04);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma uporządkowaną i zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu biznesu i gospodarki, zwłaszcza w obszarze treści programowych (K_W07); • 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). <p>Umiejętności</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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); • potrafi zaplanować kolejne etapy zadania, czy pracy zespołowej, wytyczając priorytety (K_U17); • potrafi współpracować w zespole (K_U17). <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 o odpowiednich kwalifikacjach (K_K02); • jest przygotowany do zaangażowania się w życie społeczne i zawodowe (K_K03); • wie, na czym polega postawa prospołeczna i odpowiedzialna na gruncie zawodowym (K_K03).
<p>Kontakt</p> <p>izabela.kujawa@ug.edu.pl</p>	