


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 III		9.0.6334	
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			
2025/2026 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy - fakultatywny (do wyboru)		niemiecki	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)		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 uzyskanych za testy pisemne w trakcie semestru - 40%; prezentacji ustnych, udziału w grach symulacyjnych- 30%; pisemnych kolokwiiów 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
K_W07	X	X	X	X		
K_W14	X	X		X		
Umiejętności						
K_U08		X				X
K_U10	X	X		X		
K_U11	X	X	X			
K_U17		X				
Kompetencje społeczne						
K_K01				X		
K_K02						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

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. 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.
- Frindt W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim.
- Kujawa, I. (red.) 2020. Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis. Gdańsk: Wydawnictwo UG.
- Levy-Hillierich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf – für alle Sprachen: B1-B2 – Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag.

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 K_K01, K_K02, K_K03	Student: <ul style="list-style-type: none"> 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);

- 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 pojęciami z zakresu biznesu i gospodarki w typowych sytuacjach profesjonalnych, zwłaszcza prowadząc prezentację przedsiębiorstwa (K_U08);
- ma umiejętność merytorycznego uzasadniania formułowanych tez (K_U10);
- potrafi krytycznie wykorzystać 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);
- potrafi współpracować z innymi studentami w ramach zadań zespołowych i projektów (K_U17).

Kompetencje społeczne (postawy)

Student:

- ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności (K_K01);
- podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści (K_K01);
- posiada rozwinięte umiejętności komunikacyjne, potrafi nawiązać kontakt i zwrócić się o pomoc do eksperta (K_K02);
- jest gotowy do angażowania się w życie społeczne i zawodowe (K_K03);
- charakteryzuje się postawami prospołecznymi i poczuciem odpowiedzialności (K_K03).

Kontakt

izabela.kujawa@ug.edu.pl