Uniwersytet Gdański

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 biznesie	9.0.6353

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot

Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki

Studia

wydział	kierunek		
Wydział Filologiczny	Filologia germańska	poziom	drugiego stopnia
		forma	stacjonarne
		moduł specjalnościowy	język niemiecki w przekładzie i biznesie
		specjalizacja	wszystkie

Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)

dr Izabela Kujawa; dr Anna Socka; dr Monika Szafrańska

Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin

Formy zajęć

Ćw. audytoryjne

Sposób realizacji zajęć

zajęcia w sali dydaktycznej

Liczba godzin

Ćw. audytoryjne: 30 godz.

Liczba punktów ECTS

3

30 godzin - udział w zajęciach dydaktycznych;
45 godzin - samodzielna lektura i przygotowanie projektu/prezentacji oraz przygotowanie się do zaliczeń.
Razem: 75 godzin = 3 ECTS.

Termin realizacji przedmiotu

2023/2024 letni

Status przedmiotu

obowiązkowy

Język wykładowy

niemiecki

Metody dydaktyczne

- Analiza tekstów z dyskusją
- Dyskusja
- Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny)
- Praca w grupach
- Rozwiązywanie zadań
- Wykład z prezentacją multimedialną

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 cząstkowych otrzymywanych w trakcie trwania semestru
- kolokwium

Podstawowe kryteria oceny

Student otrzymuje zaliczenie z oceną na podstawie:

- 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 (40%)

Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się

zakładany efekt uczenia się	obserwacja projektów / prezentacji	ocena rozwiązywanych zadań	obserwacja analizy tekstów z dyskusją	testy i kolokwia pisemne (ocena)	obserwacja dyskusji	obserwacja pracy w grupach / gier symulacyjnych
	Wiedza					
K_W04			X	X		
K_W09		X	X	X	X	
K_W14		X	X	X	X	
	Umiejętności					
K_U04	X	X			X	X
K_U06		X			X	X
K_U09	X	X	X	X	X	X
	Kompetencje społeczne					
K_K01	X	X			X	
K_K02		X			X	
K_K05	X	X			X	

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

A. Wymagania formalne

brak

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, poznanie różnych form i narzędzi komunikacji w biznesie oraz zasad redagowania korespondencji, w tym zarówno zewnętrznej korespondencji biznesowej, jak i wewnątrzorganizacyjnych dokumentów.

Treści programowe

- Formy komunikacji interpersonalnej w biznesie (kreowanie własnego wizerunku/personal branding, small talk, elevator pitch).
- Formy komunikacji masowej w biznesie (moderowanie spotkania, prowadzenie negocjacji, prezentacji).
- Zasady redagowania zewnętrznej korespondencji biznesowej: zapytania, oferty, zamówienia, realizacja zapłaty, reklamacje, pisma okolicznościowe (przemówienia, gratulacje, podziękowania, powitania, pożegnania).
- Zasady redagowania wewnątrzorganizacyjnych dokumentów planistycznych i sprawozdawczych (plan, harmonogram, sprawozdanie, protokół).
- Dokumentacja związana z rozpoczęciem/zakończeniem zatrudnienia: podanie o pracę, list motywacyjny, życiorys, referencje, wypowiedzenie umowy o pracę.

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. (ed.) 2020: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis. Gdańsk: Wyd. UG.
- Levy-Hillerich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf – für alle Sprachen: B1-B2 – Kommunikation in der Wirtschaft. Berlin: Cornelsen Verlag.
- Wergen J., Wörner A., 2013. PONS Bürokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Übungen für jeden geschäftlichen Anlass. Stuttgart: Pons.

do samodzielnego studiowania przez studenta:

- Buscha A., Linthout G., 2007. Geschäftskommunikation – Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. München: Hueber Verlag.
- Dregger, H., Dregger, P., 1998. Polsko-niemiecki i niemiecko-polski słownik handlowo-finansowy. Warszawa: Poltext.
- Hering A., Matussek M., 2007. Geschäftskommunikation – Besser schreiben: Deutsch als Fremdsprache. München: 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
- Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck.

Kierunkowe efekty uczenia się	Wiedza
K_W04, K_W09, K_W14 K_U04, K_U06, K_U09 K_K01, K_K02, K_K05	Student: • zna i rozumie na poziomie zaawansowanym niemiecką terminologię używaną w komunikacji interpersonalnej i masowej oraz korespondencji zewnętrznej w biznesie (K_W04); • ma uporządkowaną, pogłębioną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową z wybranych zagadnień dotyczących zarządzania firmą zgodnie z treściami programowymi (K_W09); • zna podstawowe zasady tworzenia różnych form przedsiębiorczości (K_W14).
	Umiejętności
	Student: • poprawnie stosuje poznaną terminologię i trafnie definiuje pojęcia z zakresu komunikacji w biznesie i gospodarce (K_U04); • posiada pogłebioną umiejetność tworzenia wystąpień ustnych podczas spotkań biznesowych, negocjacji i prezenstacji w języku niemieckim (K_U06); • podejmuje autonomiczne działania zmierzające do rozwijania kompetencji (K_U09); • potrafi pracować samodzielnie i kierować pracą zespołu (K_U09).
	Kompetencje społeczne (postawy)
	Student: • ma pogłebioną świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności, podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści oraz stosuje swoją wiedzę do rozwiązywania problemów praktycznych związanych z zarządzaniem firmą i własnym wizerunkiem (K_K01); • podejmuje indywidualne i zespołowe działania, działa w sposób przedsiębiorczy (K_K02); • dba o rozwój i etos zawodowy (K_K05).

Kontakt

izabela.kujawa@ug.edu.pl