

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w biznesie, PG_00138485						
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2024/2025				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	1	Język wykładowy	niemiecki niemiecki				
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS	3.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie				
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Germańskiej -> Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Od odpowiedzialny za przedmiot	dr Izabela Kujawa					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
	Dodatkowe informacje: <ul style="list-style-type: none"> • Wykład z prezentacją multimedialną • Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny) • Praca w grupach • Rozwiązywanie zadań • Analiza tekstów z dyskusją • Dyskusja 						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	30	6.0	39.0	75		
Cel przedmiotu	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 oraz poznanie roli języka i komunikacji w efektywnym zarządzaniu przedsiębiorstwem w kontekście kulturowym i interkulturowym w biznesie, technik komunikacyjnych w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych organizacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FGMU2_U04] Poprawnie stosuje poznaną terminologię naukową w języku niemieckim, trafnie definiuje pojęcia z zakresu literaturoznawstwa i językoznawstwa oraz zjawisk z zakresu wybranej specjalności, tj.: translatoryki, lub nauczania języków lub biznesu i gospodarki.	Zna i rozumie na poziomie zaawansowanym niemiecką terminologię używaną w komunikacji interpersonalnej i masowej oraz korespondencji zewnętrznej w biznesie.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[FGMU2_W04] Zna i rozumie w pogłębionym stopniu terminologię w języku niemieckim z zakresu wybranej specjalności, tj.: teorii przekładu lub dydaktyki, lub biznesu i gospodarki.	Poprawnie stosuje poznaną terminologię i trafnie definiuje pojęcia z zakresu komunikacji w biznesie i gospodarce.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[FGMU2_U06] Posiada pogłębioną umiejętność tworzenia różnych prac pisemnych oraz wystąpień ustnych w języku niemieckim.	Posiada pogłębioną umiejętność tworzenia wystąpień ustnych podczas spotkań biznesowych, negocjacji i prezentacji w języku niemieckim.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[FGMU2_K05] Jest gotów do pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, jest gotów dbać o ciągły rozwój zawodowy oraz podtrzymywać etos zawodowy.	Dba o rozwój i etos zawodowy	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[FGMU2_K01] Ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, potrafi dokonać krytycznej oceny odbieranych treści, a także zastosować swoją wiedzę w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.	Ma pogłębioną 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.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[FGMU2_W09] Ma uporządkowaną pogłębioną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności, tj.: teorii przekładu lub biznesu i gospodarki lub dydaktyki.	Student/ka ma uporządkowaną, pogłębioną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową z wybranych zagadnień dotyczących zarządzania firmą zgodnie z treściami programowymi.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[FGMU2_U09] Umie podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania zdolności, wskazuje kierunki dalszych badań; potrafi pracować samodzielnie, kierować pracą zespołu.	Podejmuje autonomiczne działania zmierzające do rozwijania kompetencji.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[FGMU2_K02] Podejmuje indywidualne i zespołowe działania na rzecz środowiska zawodowego i interesu publicznego, planuje i organizuje ich przebieg, angażuje się we współpracę. Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.	Podejmuje indywidualne i zespołowe działania, działa w sposób przedsiębiorczy	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[FGMU2_W14] Zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości z zakresu wybranej specjalności, tj.: translatoryki, lub nauczania języków lub biznesu i gospodarki.	Zna podstawowe zasady tworzenia różnych form przedsiębiorczości.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> • Formy komunikacji interpersonalnej w biznesie (kreowanie własnego wizerunku/personal branding, small talk, elevator pitch). • Rola języka i komunikacji w efektywnym zarządzaniu przedsiębiorstwem • Techniki komunikacyjne w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych organizacji • Analiza językowa w kontekście kulturowym i interkulturowym w biznesie • 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. 																	
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość języka niemieckiego umożliwiająca osiągnięcie założonych efektów uczenia się																	
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="456 618 794 645">Sposób oceniania (składowe)</th> <th data-bbox="799 618 1137 645">Próg zaliczeniowy</th> <th data-bbox="1142 618 1481 645">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="456 651 794 678">prezentacje ustne</td> <td data-bbox="799 651 1137 678">51.0%</td> <td data-bbox="1142 651 1481 678">20.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 685 794 712">testy pisemne</td> <td data-bbox="799 685 1137 712">51.0%</td> <td data-bbox="1142 685 1481 712">20.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 719 794 745">pisemne kolokwia zaliczeniowe</td> <td data-bbox="799 719 1137 745">51.0%</td> <td data-bbox="1142 719 1481 745">40.0%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 752 794 801">wypowiedzi ustne i pisemne, pracy w grupach</td> <td data-bbox="799 752 1137 801">51.0%</td> <td data-bbox="1142 752 1481 801">20.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	prezentacje ustne	51.0%	20.0%	testy pisemne	51.0%	20.0%	pisemne kolokwia zaliczeniowe	51.0%	40.0%	wypowiedzi ustne i pisemne, pracy w grupach	51.0%	20.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej																
prezentacje ustne	51.0%	20.0%																
testy pisemne	51.0%	20.0%																
pisemne kolokwia zaliczeniowe	51.0%	40.0%																
wypowiedzi ustne i pisemne, pracy w grupach	51.0%	20.0%																
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> • 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 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. 																
	Uzupełniająca lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Lektorlett • Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck. 																
	Adresy eZasobów																	

<p>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</p>	<p>Przygotuj i zaprezentuj 2-minutowy elevator pitch na temat swoich umiejętności i doświadczeń zawodowych.</p> <p>Przeprowadź symulację spotkania z inwestorem, podczas której przedstawiś swój elevator pitch i odpowiesz na pytania.</p> <p>Przygotuj plan spotkania biznesowego na wybrany temat, uwzględniając agendę, role uczestników i spodziewane wyniki.</p> <p>Przeprowadź symulowane spotkanie, w którym będziesz pełnił rolę moderatora. Następnie napisz krótką analizę skuteczności moderacji.</p>
<p>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</p>	<p>Nie dotyczy</p>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.