

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie I (Ćw. audytoryjne), PG_00139214						
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski niemiecki w wymiarze 90 % polski w wymiarze 10 %		
Semestr studiów	3	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)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Izabela Kujawa				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Magdalena Rozenberg				
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		2.0		43.0	75
Cel przedmiotu	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.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FGL3_U11] Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku niemieckim, wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne.	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny oraz spójny w języku niemieckim na poziomie podstawowym, stosując odpowiednie terminy i zwroty w kontekście biznesowym zwłaszcza w kontaktach mailowych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[FGL3_K02] Jest gotów do nawiązywania kontaktów i zwrócenia się o pomoc, kiedy do rozwiązania problemu potrzebna jest wiedza eksperta.	Jest gotów do nawiązywania kontaktów i inicjowania współpracy z innymi specjalistami w celu rozwiązania problemów związanych z komunikacją biznesową (zwłaszcza mailową).	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[FGL3_K01] Ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności, podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści.	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji w kontekście biznesowym. Podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści, analizując je w kontekście ich przydatności i dokładności, oraz umiejętnie oceniając źródła i argumenty.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[FGL3_K03] Jest gotowy do angażowania się w życie społeczne i zawodowe, charakteryzuje się postawami prospołecznymi i poczuciem odpowiedzialności oraz myśli i działa w sposób przedsiębiorczy	Student jest gotów angażować się w życie społeczne i zawodowe, wykorzystując umiejętności komunikacyjne w języku niemieckim na poziomie podstawowym do budowania i utrzymywania relacji w międzynarodowym środowisku biznesowym, a także myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy adekwatny do posiadanej wiedzy.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[FGL3_U10] Ma umiejętność merytorycznego uzasadniania formułowanych tez, potrafi krytycznie wykorzystać poglądy innych autorów, formułować wnioski oraz komunikować je zróżnicowanym kręgom adresatów.	Student umie merytorycznie uzasadniać tezy dotyczące komunikacji w środowisku biznesowym, wspierając argumenty solidnymi dowodami i przykładami.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[FGL3_W07] Ma uporządkowaną i zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności, tj. teorii przekładu, dydaktyki i metodyki oraz działalności pedagogicznej lub biznesu i gospodarki.	Ma uporządkowaną wiedzę na poziomie podstawowym z zakresu teorii komunikacji w kontekście biznesowym, w tym rozumienie zasad efektywnej komunikacji, strategii negocjacyjnych i metod zarządzania informacją.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[FGL3_U17] Potrafi odpowiednio planować i określać priorytety służące realizacji określonego przez siebie, wraz z innymi lub przez innych zadania; potrafi współpracować z innymi studentami w ramach zadań zespołowych i projektów.	Potrafi odpowiednio planować i określać priorytety służące realizacji zadań związanych z takimi aspektami komunikacji w przedsiębiorstwie jak nawiązywanie kontaktu, etykieta językowa, pozyskiwanie i składanie ofert.	[SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[FGL3_W04] Zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu wybranej specjalności, tj.: teorii przekładu, dydaktyki lub biznesu i gospodarki.	Zna i rozumie na poziomie podstawowym niemieckojęzyczną terminologię z zakresu teorii komunikacji w biznesie i gospodarce (struktury interakcji językowej, etykiety językowej, komunikacji mailowej, tekstów użytkowych zapytanie ofertowe i oferta, oraz ich aspektów kulturowych i międzykulturowych).	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[FGL3_U08] Potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu wybranej specjalności oraz zastosować wiedzę językową (rozumianą jako kompetencje obcojęzyczne) w typowych sytuacjach profesjonalnych.	Potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu komunikacji w biznesie oraz używać swoich kompetencji językowych do formułowania poprawnych pragmatycznie (pod względem rejestru, etykiety itd.) wypowiedzi w roli specjalisty ds. Komunikacji niemieckojęzycznej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

	<table border="1"> <tr> <th>Efekt kierunkowy</th> <th>Efekt z przedmiotu</th> <th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th> </tr> <tr> <td>[FGL3_W14] Rozumie kwestię różnorodności źródeł informacji, rozumie kompleksowość natury języka, jego złożoności, ze sposobów funkcjonowania języka w różnych zakresach komunikacji oraz zmienności historycznej znaczeń w języku niemieckim.</td> <td>Zdaje sobie sprawę z kompleksowej natury języka i aktów komunikacyjnych oraz różnorodności warunkujących je kontekstów komunikacyjnych w biznesie.</td> <td>[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport</td> </tr> </table>	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu	[FGL3_W14] Rozumie kwestię różnorodności źródeł informacji, rozumie kompleksowość natury języka, jego złożoności, ze sposobów funkcjonowania języka w różnych zakresach komunikacji oraz zmienności historycznej znaczeń w języku niemieckim.	Zdaje sobie sprawę z kompleksowej natury języka i aktów komunikacyjnych oraz różnorodności warunkujących je kontekstów komunikacyjnych w biznesie.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport		
Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu							
[FGL3_W14] Rozumie kwestię różnorodności źródeł informacji, rozumie kompleksowość natury języka, jego złożoności, ze sposobów funkcjonowania języka w różnych zakresach komunikacji oraz zmienności historycznej znaczeń w języku niemieckim.	Zdaje sobie sprawę z kompleksowej natury języka i aktów komunikacyjnych oraz różnorodności warunkujących je kontekstów komunikacyjnych w biznesie.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport							
Treści przedmiotu	<p>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. Ponadto zajęcia uwzględniają następujące aspekty:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 								
Wymagania wstępne i dodatkowe	<ul style="list-style-type: none"> Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej Znajomość języka niemieckiego umożliwiaiąca osiągnięcie założonych efektów uczenia się 								
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <tr> <th>Sposób oceniania (składowe)</th> <th>Próg zaliczeniowy</th> <th>Składowa oceny końcowej</th> </tr> <tr> <td>wypowiedzi ustne i pisemne (gry symulacyjne, praca w grupach) 30%, testy pisemne - 20%, prezentacje ustne - 20%, pisemnych kolokwia - 30%.</td> <td>51.0%</td> <td>100.0%</td> </tr> </table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	wypowiedzi ustne i pisemne (gry symulacyjne, praca w grupach) 30%, testy pisemne - 20%, prezentacje ustne - 20%, pisemnych kolokwia - 30%.	51.0%	100.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
wypowiedzi ustne i pisemne (gry symulacyjne, praca w grupach) 30%, testy pisemne - 20%, prezentacje ustne - 20%, pisemnych kolokwia - 30%.	51.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p> <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 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. <p>Uzupełniająca lista lektur</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 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. <p>Adresy eZasobów</p>								

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ul style="list-style-type: none"> • Przygotuj prezentację, w której porównasz komunikację nieoficjalną i oficjalną w przedsiębiorstwie, wskazując na różnice w stylu, języku i strukturze wiadomości. Podaj przykłady sytuacji, w których każda z tych form komunikacji jest odpowiednia. • Napisz profesjonalny e-mail do niemieckiego partnera biznesowego, w którym przedstawisz swoją firmę i zapytasz o możliwość współpracy. Zwróć uwagę na właściwą strukturę pisma, użycie odpowiednich formuł językowych i elementy niemieckiej etykiety językowej. • W grupach przeprowadź symulację spotkania biznesowego z niemieckim partnerem, uwzględniając różnice międzykulturowe w sposobie komunikacji, formach adresatywnych oraz zasadach etykiety. Następnie napisz krótką analizę, w której omówisz, jak te różnice mogą wpływać na efektywność komunikacji i współpracy.
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.