

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie II (Ćw. audytoryjne), PG_00139219						
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	4	Liczba punktów ECTS			2.0		
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 Izabela Kujawa					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15	1.0		34.0	50	
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_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 efektywnie angażować się w życie społecznie i zawodowe, wykorzystując zaawansowane kompetencje komunikacyjne w języku niemieckim oraz stosując zdobytą wiedzę lingwistyczną do tworzenia efektywnych strategii komunikacyjnych i rozwiązywania problemów w kontekście biznesowym.	[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. Krytycznie analizuje i wykorzystuje poglądy innych autorów na temat strategii komunikacyjnych, integrując je w swoje wnioski. Formułuje jasne, precyzyjne wnioski i skutecznie komunikuje je różnorodnym odbiorcom, dostosowując język i formę przekazu do potrzeb i oczekiwań w kontekście zawodowym.	[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 i zaawansowaną wiedzę z zakresu teorii komunikacji w kontekście biznesowym, w stopniu pogłębionym rozumie zasady efektywnej komunikacji, strategię negocjacyjną i metody zarządzania informacją.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[FGL3_K01] Ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności, podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści.	Ma pogłębioną 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_K02] Jest gotów do nawiązywania kontaktów i zwrócenia się o pomoc, kiedy do rozwiązania problemu potrzebna jest wiedza eksperta.	Jest gotów do nawiązania kontaktów i współpracy z innymi specjalistami w celu rozwiązania problemów związanych z korespondencją handlową, komunikacją telefoniczną lub innymi zaawansowanymi formami komunikacji w środowisku biznesowym.	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[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.	Ma pogłębioną świadomość kompleksowej natury języka i aktów komunikacyjnych oraz różnorodności, warunkujących je kontekstów komunikacyjnych w biznesie (korespondencji handlowej i kontaktach telefonicznych).	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[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 używa swoich zaawansowanych kompetencji językowych do prowadzenia korespondencji handlowej i biznesowych rozmów telefonicznych w języku niemieckim.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[FGL3_U11] Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku niemieckim, wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne.	Potrafi sprawnie używać języka specjalistycznego do precyzyjnej i spójnej komunikacji w postaci zwłaszcza korespondencji handlowej oraz rozmów telefonicznych, dostosowując styl i formę komunikacji do potrzeb i oczekiwań odbiorców.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[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 dotyczącą korespondencji handlowej i rozmów telefonicznych, a także ich analizy lingwistycznej.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[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 priorytetu służące realizacji zadań w zakresie korespondencji handlowej i komunikacji telefonicznej. Zadania te wykonuje zarówno samodzielnie, jak i w ramach pracy zespołowej, uwzględniając aspekty lingwistyczne w różnych kontekstach biznesowych.	[SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie korespondencji handlowo-biznesowej na przykładzie realizacji zamówienia, cz. 2: przygotowanie zamówienia, potwierdzenie zamówienia, rachunek, dostawa, upomnienie, reklamacja. • Ćwiczenia w prowadzeniu rozmów telefonicznych. <p>Ponadto zajęcia uwzględniają takie aspekty, jak: 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</p>		
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	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	testy pisemne - 40%, prezentacje ustne - 30%, pisemne kolokwia zaliczeniowe - 30%.	51.0%	100.0%
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. • 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 Leitfadens 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. 	
	Uzupełniająca lista lektur	<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. 	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ul style="list-style-type: none"> • Napisz profesjonalny e-mail z zamówieniem na produkty lub usługi do wybranego dostawcy. • Następnie napisz odpowiedź w formie potwierdzenia zamówienia, uwzględniając wszystkie niezbędne informacje. • Napisz upomnienie do klienta, który nie uregulował płatności w terminie, uwzględniając ton i formę stosowną do sytuacji • Napisz list reklamacyjny dotyczący wadliwego produktu lub opóźnionej dostawy. W liście zawrzyj wszystkie niezbędne szczegóły, aby reklamacja była jasna i zrozumiała. • Przeprowadź symulowaną rozmowę telefoniczną z klientem, który składa reklamację. Ustal, jak rozwiązać problem, zachowując profesjonalizm i skuteczność komunikacji.
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.