

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie III (Ćw. audytoryjne), PG_00139225						
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
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	3	Język wykładowy			polski niemiecki - 90% polski - 10-%		
Semestr studiów	5	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						
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 zdarzeń krytycznych (przypadków) • 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 przeciwiczenie narzędzi z zakresu organizacji pracy w korporacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[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_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 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_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
	[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 wysokie 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_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_K01] Ma świadomość swojej wiedzy i swoich umiejętności, podchodzi krytycznie do odbieranych i pozyskiwanych treści.	Ma zaawansowaną 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_W04] Zna i rozumie niemiecką terminologię z zakresu wybranej specjalności, tj.: teorii przekładu, dydaktyki lub biznesu i gospodarki.	Zna i rozumie na poziomie zaawansowanym niemieckojęzyczną terminologię dotyczącą korespondencji handlowej i rozmów telefonicznych, a także ich analizy lingwistycznej.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[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_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/ dyskusja [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[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 zaawansowaną świadomość kompleksowej natury języka i aktów komunikacyjnych oraz różnorodności, warunkujących je kontekstów komunikacyjnych w biznesie (korespondencji handlowej i kontaktach telefonicznych).	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
Treści przedmiotu	<p>1. Korespondencja handlowa i biznesowa rozwinięcie: negocjacje handlowe i biznesowe, rozwiązywanie sporów i mediacja, obsługa klienta:</p> <p>2. Zaawansowane przygotowanie zamówienia, dostawa, reklamacje, zamówienia międzynarodowe, fakturowanie międzynarodowe, regulacje celne, upomnienia i windykacje, zarządzanie reklamacjami.</p> <p>3. Rozmowy telefoniczne rozwinięcie: telefoniczne negocjacje: techniki prowadzenia negocjacji przez telefon, obsługa klienta przez telefon, rozmowy telefoniczne w sytuacjach kryzysowych, zarządzanie komunikacją w sytuacjach awaryjnych, takich jak opóźnienia w dostawach lub konflikty.</p> <p>4. Rola języka i komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem rozwinięcie: zarządzanie zmianą, komunikacja przywódcza, wewnętrzna komunikacja w firmie.</p> <p>5. Analiza językowa w kontekście kulturowym i interkulturowym rozwinięcie: negocjacje międzykulturowe: Specyfika prowadzenia korespondencji i rozmów telefonicznych z partnerami biznesowymi z różnych kultur.</p> <p>Adaptacja komunikacji do kontekstu kulturowego: Analiza różnic kulturowych w komunikacji biznesowej w różnych krajach niemieckojęzycznych.</p> <p>Prezentacje i spotkania międzynarodowe: Jak przygotować się do prowadzenia prezentacji biznesowych i spotkań z udziałem międzynarodowych partnerów.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	<ul style="list-style-type: none"> Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej. Znajomość języka niemieckiego umożliwiającą osiągnięcie założonych efektów uczenia się. 		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	oceny częściowe uzyskane za testy pisemne - 40%, prezentacje ustne, udział w grach symulacyjnych- 30%, pisemne kolokwia zaliczeniowe - 30%.	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> 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. Kujawa, I. (red.) 2020. Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfadens 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.
	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 Lektorlett. 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"> Zorganizuj debatę na temat wybranego zagadnienia biznesowego. Podziel studentów na dwie grupy, gdzie każda z nich będzie reprezentować przeciwną stronę sporu. Po debacie napisz krótką analizę, w której omówisz zastosowane techniki argumentacji oraz skuteczność komunikacji między uczestnikami. Przygotuj i zaprezentuj 10-minutową prezentację swojej wymyślonej firmy. Uwzględnij takie aspekty jak: forma organizacyjno-prawna, profil, kierunki i zasięg działalności, struktura, współpracownicy oraz miejsce w systemie gospodarczym. Po prezentacji odpowiedz na pytania zadane przez kolegów z klasy, symulując rzeczywistą sesję Q&A. 	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.