Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie I (ćw. audytoryjne), PG_00188859						
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028			
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	niemiecki niemiecki 80% polski 20%			
Semestr studiów	3		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	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
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	18.0		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_W09] Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji w kontekście zagadnień związanych z międzykulturową komunikacją językową i literacką oraz rolą nowoczesnych technologii informacyjnych w pracy filologa germanisty.	Na poziomie podstawowym zna i rozumie wybrane dylematy współczesnej komunikacji w środowisku biznesowym, w szczególności w kontekście komunikacji międzykulturowej z wykorzystaniem języka niemieckiego oraz roli nowoczesnych technologii informacyjnych w pracy filologa germanisty.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[FGL3_W10] Zna i rozumie podstawowe uwarunkowania społeczne, etyczne, ekonomiczne i prawne działalności zawodowej wymagającej znajomości języka niemieckiego oraz podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, przydatnych w planowaniu kariery zawodowej germanisty.	Na poziomie podstawowym zna i rozumie uwarunkowania społeczne, etyczne, ekonomiczne i prawne komunikacji w środowisku przedsiębiorstwa, w szczególności w kontekście wykorzystania języka niemieckiego oraz podstawowe zasady przedsiębiorczości przydatne w planowaniu ścieżki zawodowej filologa germanisty.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[FGL3_U03] Potrafi korzystać z wiedzy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych, przydatnej w pracy filologa germanisty	Na poziomie podstawowym potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu nauk humanistycznych i społecznych w realizacji prostych zadań komunikacyjnych w środowisku zawodowym, w szczególności w kontekście pracy filologa germanisty.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[FGL3_U04] Potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii językoznawczej, literaturoznawczej i kulturoznawczej, w szczególności na tematy związane z językiem niemieckim, literaturą i kulturą niemieckiego obszaru językowego.	Na poziomie podstawowym potrafi komunikować się w środowisku zawodowym i biznesowym z wykorzystaniem podstawowej terminologii z zakresu językoznawstwa, literaturoznawstwa i kulturoznawstwa, w szczególności w odniesieniu do języka niemieckiego oraz realiów kulturowych i komunikacyjnych krajów niemieckiego obszaru językowego.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu

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/sporządzanie ofert. Ponadto zajęcia uwzględniają następujące aspekty:

- 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

- Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej
- Znajomość języka niemieckiego umożliwiająca osiągnięcie założonych efektów uczenia się

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
testy pisemne	51.0%	20.0%
pisemne kolokwium	51.0%	30.0%
prezentacje ustne	51.0%	20.0%
wypowiedzi ustne i pisemne (gry symulacyjne, praca w grupach)	51.0%	30.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	• 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.
	Uzupełniająca lista lektur	• 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	• 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.