Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie III (ćw. audytoryjne), PG_00188867						
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029			
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	niemiecki niemiecki 80% polski 20%			
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						
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_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 pogłębionym potrafi w sposób swobodny, precyzyjny i adekwatny do kontekstu komunikować się w złożonych sytuacjach zawodowych i biznesowych z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu językoznawstwa, w szczególności w odniesieniu do języka niemieckiego oraz zróżnicowanych uwarunkowań kulturowych i komunikacyjnych krajów niemieckiego obszaru językowego.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[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 pogłębionym zna i rozumie złożone dylematy współczesnej cywilizacji oraz poddaje je pogłębionej i krytycznej analizie w kontekście międzykulturowej komunikacji językowej w środowisku przedsiębiorstwa, a także świadomie i refleksyjnie wykorzystuje nowoczesne technologie informacyjne w pracy filologa germanisty.	[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
[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 pogłębionym zna i rozumie złożone uwarunkowania społeczne, etyczne, ekonomiczne i prawne działalności zawodowej wymagającej znajomości języka niemieckiego oraz w sposób świadomy i krytyczny wykorzystuje zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w planowaniu i realizacji własnej ścieżki zawodowej jako filolog germanista.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [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 pogłębionym potrafi w sposób świadomy, krytyczny i zintegrowany wykorzystywać wiedzę z zakresu nauk humanistycznych i społecznych w analizie i rozwiązywaniu złożonych problemów komunikacyjnych w środowisku przedsiębiorstwa, właściwych dla pracy filologa germanisty.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu

1. Korespondencja handlowa i biznesowa rozwinięcie: negocjacje handlowe i biznesowe, rozwiązywanie sporów i mediacja, obsługa klienta:

2. Zaawansowane przygotowanie zamówienia, dostawa, reklamacje, zamówienia międzynarodowe, fakturowanie międzynarodowe, regulacje celne, upomnienia i windykacje, zarządzanie reklamacjami.

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.

4. Rola języka i komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem rozwinięcie: zarządzanie zmianą, komunikacja przywódcza, wewnętrzna komunikacja w firmie.

5. Analiza językowa w kontekście kulturowym i interkulturowym rozwinięcie: negocjacje międzykulturowe: Specyfika prowadzenia korespondencji i rozmów telefonicznych z partnerami biznesowymi z różnych kultur.

Adaptacja komunikacji do kontekstu kulturowego: Analiza różnic kulturowych w komunikacji biznesowej w różnych krajach niemieckojęzycznych.

Prezentacje i spotkania międzynarodowe: Jak przygotować się do prowadzenia prezentacji biznesowych i spotkań z udziałem międzynarodowych partnerów.

<table>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="2">• Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej.
• Znajomość języka niemieckiego umożliwiająca osiągnięcie założonych efektów uczenia się.</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>oceny cząstkowe uzyskane za testy pisemne - 40%, prezentacje ustne, udział w grach symulacyjnych- 30%, pisemne kolokwia zaliczeniowe - 30%.</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>• 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.
• 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.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>• 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.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2">• 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 wyimaginowanej 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.</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.