

**Karta przedmiotu**

<b>Nazwa i kod przedmiotu</b>	Komunikacja międzykulturowa w biznesie, PG_00189094						
<b>Kierunek studiów</b>	Filologia germańska (O)						
<b>Data rozpoczęcia studiów</b>	październik 2026 r.	<b>Rok akademicki realizacji przedmiotu</b>			2026/2027		
<b>Poziom kształcenia</b>	II stopnia	<b>Grupa zajęć</b>			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć specjalnościowych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
<b>Forma studiów</b>	stacjonarne	<b>Sposób realizacji</b>			na uczelni		
<b>Rok studiów</b>	1	<b>Język wykładowy</b>			niemiecki		
<b>Semestr studiów</b>	2	<b>Liczba punktów ECTS</b>			3.0		
<b>Profil kształcenia</b>	ogólnoakademicki	<b>Forma zaliczenia</b>			zaliczenie		
<b>Jednostka prowadząca</b>	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Germańskiej -> Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki						
<b>Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)</b>	<b>Odpowiedzialny za przedmiot</b>		dr Izabela Kujawa				
	<b>Prowadzący zajęcia z przedmiotu</b>						
<b>Formy zajęć</b>	<b>Forma zajęć</b>	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	<b>Liczba godzin zajęć</b>	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
<b>Aktywność studenta i liczba godzin pracy</b>	<b>Aktywność studenta</b>	<b>Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów</b>		<b>Udział w konsultacjach</b>		<b>Praca własna studenta</b>	<b>RAZEM</b>
	<b>Liczba godzin pracy studenta</b>	30		4.0		41.0	75
<b>Cel przedmiotu</b>	Celem zajęć jest wypracowanie umiejętności aktywnego i skutecznego komunikowania się z partnerem niemieckojęzycznym przy uwzględnieniu czynników międzykulturowych, poznanie różnych form i narzędzi komunikacji w biznesie oraz zasad redagowania korespondencji, w tym zarówno zewnętrznej korespondencji biznesowej, jak i wewnątrzorganizacyjnych dokumentów oraz poznanie roli języka i komunikacji w efektywnym zarządzaniu przedsiębiorstwem w kontekście kulturowym i interkulturowym w biznesie, technik komunikacyjnych w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych organizacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FGMU2_W07] Zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe problemy i wyzwania współczesnej cywilizacji, znajdujące odzwierciedlenie w tekstach kultury i języku krajów niemieckiego obszaru językowego.		
	[FGMU2_W05] Zna i rozumie w pogłębionym stopniu uwarunkowania językowe i kulturowe funkcjonowania języka w różnych kontekstach komunikacji międzykulturowej.		
	[FGMU2_U07] Potrafi prowadzić w języku niemieckim debatę na wybrane tematy.		
	[FGMU2_U05] Potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu nauk humanistycznych i społecznych w analizie i rozwiązywaniu problemów pojawiających się w pracy filologa germanisty, w szczególności w kontekstach komunikacji międzykulturowej.		
[FGMU2_K05] Jest gotowa do rozwijania dorobku zawodu oraz do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych.			
Treści przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formy komunikacji interpersonalnej w biznesie (kreowanie własnego wizerunku/personal branding, small talk, elevator pitch).</li> <li>• Rola języka i komunikacji w efektywnym zarządzaniu przedsiębiorstwem</li> <li>• Techniki komunikacyjne w relacjach wewnętrznych i zewnętrznych organizacji</li> <li>• Analiza językowa w kontekście kulturowym i interkulturowym w biznesie</li> <li>• Formy komunikacji masowej w biznesie (moderowanie spotkania, prowadzenie negocjacji, prezentacji).</li> <li>• Zasady redagowania zewnętrznej korespondencji biznesowej: zapytania, oferty, zamówienia, realizacja zapłaty, reklamacje, pisma okolicznościowe (przemówienia, gratulacje, podziękowania, powitania, pożegnania).</li> <li>• Zasady redagowania wewnątrzorganizacyjnych dokumentów planistycznych i sprawozdawczych (plan, harmonogram, sprawozdanie, protokół).</li> <li>• Dokumentacja związana z rozpoczęciem/zakończeniem zatrudnienia: podanie o pracę, list motywacyjny, życiorys, referencje, wypowiedzenie umowy o pracę.</li> </ul>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość języka niemieckiego umożliwiaiąca osiągnięcie założonych efektów uczenia się		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa ocena końcowej
	wypowiedzi ustne i pisemne, pracy w grupach	51.0%	20.0%
	testy pisemne	51.0%	20.0%
	prezentacje ustne	51.0%	20.0%
	pisemne kolokwia zaliczeniowe	51.0%	40.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag.</li> <li>• Eismann V. 2007. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag.</li> <li>• Eismann V. 2010. Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag.</li> <li>• Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett.</li> <li>• Frindte W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim.</li> <li>• Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.</li> <li>• Kujawa, I. (ed.) 2020: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis. Gdańsk: Wyd. UG.</li> <li>• Levy-Hillier D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf für alle Sprachen: B1-B2 Kommunikation in der Wirtschaft. Berlin: Cornelsen Verlag.</li> <li>• Wergen J., Wörner A., 2013. PONS Bürokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Übungen für jeden geschäftlichen Anlass. Stuttgart: Pons.</li> </ul>
	Uzupelniająca lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscha A., Linthout G., 2007. Geschäftskommunikation Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. München: Hueber Verlag.</li> <li>• Dregger, H., Dregger, P., 1998. Polsko-niemiecki i niemiecko-polski słownik handlowo-finansowy. Warszawa: Poltext.</li> <li>• Hering A., Matussek M., 2007. Geschäftskommunikation Besser schreiben: Deutsch als Fremdsprache. München: Hueber Verlag.</li> <li>• Kienzler, I. 2000. Słownik prawniczo-handlowy niemiecko-polski i polsko-niemiecki. Janki k. Warszawy: AW Morex.</li> <li>• Kilian A. 2002. Słownik języka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck.</li> <li>• Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nützliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett</li> <li>• Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck.</li> </ul>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Przygotuj i zaprezentuj 2-minutowy elevator pitch na temat swoich umiejętności i doświadczeń zawodowych.</p> <p>Przeprowadź symulację spotkania z inwestorem, podczas której przedstawiš swój elevator pitch i odpowiesz na pytania.</p> <p>Przygotuj plan spotkania biznesowego na wybrany temat, uwzględniając agendę, role uczestników i spodziewane wyniki.</p> <p>Przeprowadź symulowane spotkanie, w którym będziesz pełnił rolę moderatora. Następnie napisz krótką analizę skuteczności moderacji.</p>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.