

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie I (ów. 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		polski			
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 przeciwiczenie narzędzi z zakresu organizacji pracy w korporacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy [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.	Efekt z przedmiotu 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.	Sposób weryfikacji i oceny efektu [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[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_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/sporzządzanie 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 umożliwiaiąca osiągnięcie założonych efektów uczenia się		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	wypowiedzi ustne i pisemne (gry symulacyjne, praca w grupach) 30%, testy pisemne - 20%, prezentacje ustne - 20%, pisemnych kolokwia - 30%.	51.0%	100.0%

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.