

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Komunikacja w przedsiębiorstwie II (ćw. audytoryjne), PG_00188863						
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	4	Liczba punktów ECTS			1.0		
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		9.0	25
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_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.	Efekt z przedmiotu Na poziomie zaawansowanym potrafi skutecznie komunikować się w środowisku zawodowym i biznesowym z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu językoznawstwa, w szczególności w odniesieniu do języka niemieckiego oraz złożonych uwarunkowań kulturowych i komunikacyjnych krajów niemieckiego obszaru językowego.	Sposób weryfikacji i oceny efektu [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[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 zaawansowanym zna i rozumie złożone dylematy współczesnej cywilizacji oraz poddaje je krytycznej analizie w kontekście międzykulturowej komunikacji językowej, a także świadomie i refleksyjnie wykorzystuje nowoczesne technologie informacyjne w pracy filologa germanisty.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [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 zaawansowanym zna i rozumie złożone uwarunkowania społeczne, etyczne, ekonomiczne i prawne działalności zawodowej wymagającej znajomości języka niemieckiego oraz w sposób krytyczny analizuje i wykorzystuje zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w planowaniu i kształtowaniu własnej ścieżki zawodowej jako filolog germanista.	[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 zaawansowanym potrafi w sposób świadomy, krytyczny i adekwatny do kontekstu wykorzystywać wiedzę z zakresu nauk humanistycznych i społecznych w rozwiązywaniu złożonych problemów komunikacyjnych w środowisku zawodowym, właściwych dla pracy filologa germanisty.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	- Prowadzenie korespondencji handlowo-biznesowej na przykładzie realizacji zamówienia, cz. 2: przygotowanie zamówienia, potwierdzenie zamówienia, rachunek, dostawa, upomnienie, reklamacja. - Ćwiczenia w prowadzeniu rozmów telefonicznych. Ponadto zajęcia uwzględniają takie aspekty, jak: 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 umożliwiającą osiągnięcie założonych efektów uczenia się		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	testy pisemne - 40%, prezentacje ustne - 30%, pisemne kolokwia zaliczeniowe - 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. - 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 Leitfadens 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	- Napisz profesjonalny e-mail z zamówieniem na produkty lub usługi do wybranego dostawcy. - Następnie napisz odpowiedź w formie potwierdzenia zamówienia, uwzględniając wszystkie niezbędne informacje. - Napisz upomnienie do klienta, który nie uregulował płatności w terminie, uwzględniając ton i formę stosowną do sytuacji - Napisz list reklamacyjny dotyczący wadliwego produktu lub opóźnionej dostawy. W liście zawrzyj wszystkie niezbędne szczegóły, aby reklamacja była jasna i zrozumiała. - Przeprowadź symulowaną rozmowę telefoniczną z klientem, który składa reklamację. Ustal, jak rozwiązać problem, zachowując profesjonalizm i skuteczność komunikacji.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.