Komunikacja gospodarcza II - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Komunikacja gospodarcza II
Kod przedmiotu	09.1-WH-FGP-KG2-K-S14_pNadGenA5S6F
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Filologia germańska
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie

Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Występuje w specjalnościach	język niemiecki w komunikacji zawodowej
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	niemiecki
Sylabus opracował	• dr hab. Marek Biszczanik, prof. UZ

Formy zajęć

Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Konwersatorium	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest dalsze poszerzanie i ugruntowanie wiedzy studentów na temat specyfiki języka niemieckiego używanego w różnorakich sytuacjach biznesowych, związanych z działalnością gospodarczą, pracą w firmach, biurach i instytucjach, w kontaktach z klientem, zarówno w typach tekstów języka pisanego, jak i mówionego. Studenci analizują wybrane przykładowe teksty zawierające pojęcia znajdujące zastosowanie w językowych sytuacjach biznesowych, marketingowych, handlowych itp. Pośrednim celem zajęć jest zdobycie umiejętności wykorzystania wiedzy na temat różnic i podobieństw występujących w wyżej wymienionych typach tekstów w językach polskim i niemieckim, a także w ramach języka niemieckiego – pomiędzy typami tekstu charakterystycznymi dla sytuacji związanych i nie związanych z życiem gospodarczym. Celem zajęć jest również rozumienie, przetwarzanie i samodzielne tworzenie tekstów typowych dla poszczególnych sfer życia gospodarczego.

Wymagania wstępne

Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2.

Zakres tematyczny

Analiza typów tekstu charakterystycznych dla języka gospodarczego i używanych w następujących sytuacjach językowych bądź tłumaczeniowych: omawianie szczegółów dostaw, ustalanie i opisywanie kosztów transportu, ustalanie sposobu dokonania płatności, składanie i przyjmowanie reklamacji, ustalanie warunków eksportu i importu, załatwianie spraw celnych i podatkowych, omawianie warunków przedstawicielstwa handlowego, analiza języka reklamy oraz samodzielne tworzenie tekstów reklamowych, prowadzenie rozmów dotyczących analizy rynku zbytu itp. Stopień trudności tekstów, poziom skomplikowania zadań i sytuacji językowych stawianych przed studentami powinien być wyższy niż w ramach I semestru omawianego przedmiotu.

Metody kształcenia

Metoda tekstu przewodniego, praca z tekstem, metoda sytuacyjna, praca w grupach, ćwiczenia laboratoryjne, ćwiczenia tłumaczeniowe.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi komunikować się w języku niemieckim z użyciem specjalistycznej terminologii.	• KF1_U02	• bieżąca kontrola na zajęciach • kolokwium • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Konwersatorium
Student zna i rozumie zasady funkcjonowania systemów i instytucji właściwych dla zakresu działalności zawodowej uprawianej na podbudowie wykształcenia filologicznego (kultura, edukacja, działalność translatorska, środki masowego przekazu i inne).	• KF1_W09	• dyskusja • kolokwium • odpowiedź ustna • wypowiedź pisemna	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

Systematyczny i aktywny udział w zajęciach, ewentualne kolokwia, zaliczenie końcowe.

Literatura podstawowa

- F. Bäumchen, Deutsche Wirtschaftssprache für Ausländer, Ismaning 1992.
- S. Bęza, A. Kleinschmidt, Deutsch im Büro, Warszawa 2002.
- E. Białek, J. Kos, Niemiecki list handlowy, Wrocław 1996.
- C. Braun, W. Brüggemann, W. Weermann, Wirtschaft auf Deutsch, Stuttgart 2001.
- V. Eismann, Wirtschaftskommunikation Deutsch. Band 1 und 2, Berlin, München 2004.
- M. Ganczar, P. Gębal, Repetytorium leksykalne. Fachsprache Wirtschaft, Poznań 2007.

Literatura uzupełniająca

- S. Bęza, Blickpunkt Wirtschaft. Bd. 1, Bd. 2, Warszawa 2001.
- G. Groh, V. Schröer, Sicher zur Bürokauffrau zum Bürokaufmann, Rinteln 1994.
- W. Rittershofer, Wirtschaftslexikon, München 2000.
- G. Haensch, F. Lopez-Casero: Deutsche Wirtschaftstexte zum Übersetzen, Ismaning 1989.
- C. Lissok, Teste Dein Wirtschaftsdeutsch! Berlin 1991.
- M. Riegler-Poyet: Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch, Berlin 2000.

Uwagi

brak

Zmodyfikowane przez dr Piotr Krycki (ostatnia modyfikacja: 31-05-2019 11:15)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ