

Język biznesu I - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Język biznesu I
Kod przedmiotu	09.3-WH-FGP-JB1
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
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	niemiecki
Sylabus opracował	• dr Piotr Bartelik

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

Głównym celem przedmiotu język biznesu I jest opanowanie przez studentów środków językowych związanych z funkcjonowaniem gospodarki i przedsiębiorstw, handlu i zarządzania podmiotami gospodarczymi oraz receptywna i produktywna kompetencja językowa w zakresie języka biznesu. W ramach przedmiotu rozwinięte zostaną umiejętności biznesowej komunikacji ustnej (udzielanie informacji klientom firmy, rezerwacje lotów, przejazdów i hoteli etc.) a także komunikacji pisemnej (oferty, zamówienia, reklamacje wypełnianie formularzy, prezentacje firmy, pisanie protokołów, składanie zamówień, zgłaszanie szkód, nawiązywanie i rozwiązywanie stosunków handlowych a także umowy handlowe etc.).

Wymagania wstępne

Osiągnięcie poziomu językowego odpowiadającemu poziomowi B2 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

Zakres tematyczny

- komunikacja w przedsiębiorstwie (przyjmowanie interesantów, kontakty z klientami, przełożonymi i współpracownikami),
- korespondencja urzędowa (zaproszenia, zamówienia, zapytania ofertowe, okólniki, życzenia, podziękowania etc.),
- zagadnienia techniki biurowej, formy przedsiębiorstw i jego funkcje,
- zagadnienia komunikacji w przedsiębiorstwie (kontakty z interesantami i przełożonymi, telefoniczna obsługa interesantów),
- zagadnienia związane z reklamą,
- analiza tekstów specjalistycznych związanych z biznesem,

Metody kształcenia

Ćwiczenia, analiza tekstów z dyskusją, dyskusja, ćwiczenia audytoryjne, praca z materiałami audiowizualnymi, ćwiczenia produkcyjne (ustne i pisemne), praca indywidualna i w grupach

Efekty kształcenia i metody weryfikacji osiągnięcia efektów kształcenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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 • projekt	• Konwersatorium
Student potrafi komunikować się w języku niemieckim z użyciem specjalistycznej terminologii	• KF1_U02	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • odpowiedź ustna • wypowiedź pisemna • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

Ocenie podlega bieżące przygotowanie studentów w czasie zajęć z uwzględnieniem opanowania poszczególnych zagadnień omawianych w czasie zajęć, przygotowanie wypowiedzi ustnych i prezentacja prac pisemnych oraz zaliczenie pisemnych kolokwium sprawdzających

Obciążenie pracą

Obciążenie pracą	Studia stacjonarne (w godz.)	Studia niestacjonarne (w godz.)
Godziny kontaktowe (udział w zajęciach; konsultacjach; egzaminie, itp.)	35	25
Samodzielna praca studenta (przygotowanie do: zajęć, kolokwium, egzaminu; studiowanie literatury przygotowanie: pracy pisemnej, projektu, prezentacji, raportu, wystąpienia; itp.)	25	35
Łącznie	60	60
Punkty ECTS	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Zajęcia z udziałem nauczyciela akademickiego	1	1
Zajęcia bez udziału nauczyciela akademickiego	1	1
Łącznie	2	2

Literatura podstawowa

1. Białek E./ Kos J. (1998): Niemiecki jako język biznesu. Vademecum z wzorami zdań i listów . Dolnośląskie Wydawnictwo Edukacyjne, Wrocław.
2. Bęza S. / Kleinschmidt A. (2006): Deutsch im Büro Poltext Warszawa
3. Bolten J. (1999): Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 2 Klett Edition Deutsch. München.

Literatura uzupełniająca

1. Runkehl, J./Schlobinski P./Siever, T. (1998): Sprache und Kommunikation im Internet. Opladen/Wiesbaden.
2. Sachs R (1997) Deutsche Handelskorespondenz. Der Briefwechsel In Export und Import. Glossar Deutsch – polnisch, Ismaning
3. Babérádov H. (2008) Język niemiecki w ekonomii . Zbiór tekstów i ćwiczeń. Fachsprache Deutsch – Finanzen . Kommunikation rund ums Geld , Wydawnictwo LektorKlett Poznań
4. Rostek, M.E. (1995) Deutsche Lesetexte 3, dla młodzieży szkolnej , studentów i nie tylko....., Wydawnictwo Wagros , Poznań
5. Białek E./ Kos J. (1993) Niemiecki list handlowy 1000 Sätze für Geschäftsbriefe, Dolnośląskie Wydawnictwo Edukacyjne Wrocław
6. Iluk J. / Kubacki A. (2003) Wzory polskich i niemieckich dokumentów do ćwiczeń translacyjnych, Katowice,
7. Kienzler I. Deutschsprachige Geschäftsbriefe, Wzory niemieckich listów handlowych z tłumaczeniami, IVWX Gdynia 1997

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Piotr Krycki (ostatnia modyfikacja: 24-05-2019 12:53)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ