

Komunikacja gospodarcza - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Komunikacja gospodarcza
Kod przedmiotu	09.1-WH-FGP-KG
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Filologia germańska
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Występuje w specjalnościach	translatoryka
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	niemiecki
Sylabus opracował	- dr hab. Marek Biszczyński, prof. UZ - dr Marek Dolatowski - 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

Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z podstawami i specyfiką języka niemieckiego używanego w typowych sytuacjach biznesowych, związanych z działalnością gospodarczą, pracą w firmach, biurach i instytucjach, w kontaktach z klientem, oraz języka związanego z ogólnym funkcjonowaniem gospodarki i handlu - zarówno w typach tekstów języka pisanego, jak i mówionego. Studenci mają zapoznać się z podstawowymi pojęciami znajdującymi zastosowanie w językowych sytuacjach biznesowych, marketingowych, handlowych itp. 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.). Pośrednim celem zajęć jest unaocznienie studentom różnic i podobieństw występujących w wyżej wymienionych typach tekstów i komunikacji w językach polskim i niemieckim, a także w ramach języka niemieckiego – pomiędzy typami tekstu charakterystycznymi dla sytuacji związanych i niezwiązanych z życiem gospodarczym. Celem zajęć jest również rozumienie i samodzielne tworzenie tekstów typowych dla poszczególnych sfer życia gospodarczego.

Wymagania wstępne

Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2.

Zakres tematyczny

Podstawowe typy tekstu charakterystyczne dla języka gospodarczego i używane w następujących sytuacjach językowych bądź tłumaczeniowych: nawiązywanie kontaktów gospodarczych, prowadzenie rozmów w codziennych sytuacjach w firmie (w kontakcie z klientem, z przełożonym, ze współpracownikiem, z podwładnym), prezentacja oferty biznesowej, prowadzenie rozmów handlowych podczas imprez targowych, opracowanie strategii reklamowych, sporządzanie umów handlowych, dokonywanie zamówień, dokonywanie i przyjmowanie zleceń, itp. Ponadto zagadnienia związane z formą i funkcjonowaniem przedsiębiorstw w gospodarce i na rynku (w sytuacji konkurencji).

Metody kształcenia

Metoda tekstu przewodniego, praca z tekstem, praca z materiałami audiowizualnymi, dyskusja, praca w grupach, ćwiczenia laboratoryjne, ćwiczenia tłumaczeniowe.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

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).	KE1_W09	- dyskusja - kolokwium - odpowiedź ustna - wypowiedź pisemna	Konwersatorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi komunikować się w języku niemieckim z użyciem specjalistycznej terminologii.	• KF1_U01	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • kolokwium • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

1. Systematyczny i aktywny udział w zajęciach.
2. Bieżące przygotowywanie się do zajęć.
3. Ewentualne kolokwia.
4. Zaliczenie końcowe.

Literatura podstawowa

- Bäumchen, F. (1992): *Deutsche Wirtschaftssprache für Ausländer*. Ismaning: Hueber.
- Bęza, S. / Kleinschmidt, A. (2008): *Deutsch im Büro*. Warszawa: poltext.
- Białek, E. / Kos, J. (1996): *Niemiecki list handlowy*. Wrocław: Dolnośląskie Wydawnictwo Edukacyjne.
- Braun, C. / Brüggemann, W. / Weermann, W. (2001): *Wirtschaft auf Deutsch*. Stuttgart: Klett.
- Eismann, V. (2004): *Wirtschaftskommunikation Deutsch. Band 1 und 2*. Berlin/München: Langenscheidt.
- Ganczar, M. / Gębal, P. (2008): *Repetytorium leksykalne. Fachsprache Wirtschaft*. Poznań: LektorKlett.

Literatura uzupełniająca

- Babéradov , H. (2008): *Język niemiecki w ekonomii. Zbiór tekstów i ćwiczeń. Fachsprache Deutsch – Finanzen. Kommunikation rund ums Geld*. Poznań: Wydawnictwo LektorKlett.
- Bęza, S. (2001): *Blickpunkt Wirtschaft. Bd. 1, Bd. 2*. Warszawa: Poltext.
- Białek, E. / Kos, J. (1993): *Niemiecki list handlowy. 1000 Sätze für Geschäftsbriefe*, Wrocław: Dolnośląskie Wydawnictwo Edukacyjne.
- Groh, G. / Schröer, V. (1994): *Sicher zur Bürokauffrau zum Bürokaufmann*. Rinteln: Merkur Rinteln.
- Rittershofer, W. (2000): *Wirtschaftslexikon*. München: DTV Deutscher Taschenbuch.
- Haensch, G. / Lopez-Casero F. (1989): *Deutsche Wirtschaftstexte zum Übersetzen*. Ismaning: Max Hueber Verlag.
- Lissok, C. (1991): *Teste Dein Wirtschaftsdeutsch!* Berlin: Langenscheidt.
- Riegler-Poyet, M. (2000): *Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch*, Berlin: Langenscheidt.
- Sachs, R. (1997): *Deutsche Handelskorespondenz. Der Briefwechsel. In Export und Import. Glossar Deutsch-Polnisch*. Ismaning: Max Hueber Verlag.

Uwagi

Brak.

Zmodyfikowane przez dr Piotr Krycki (ostatnia modyfikacja: 12-06-2020 14:18)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ