

Język niemiecki w gospodarce III - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki w gospodarce III
Kod przedmiotu	09.1-WH-FGP-JG3
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	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Występuje w specjalnościach	język niemiecki w komunikacji zawodowej
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
Laboratorium	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

Zaliczenie przedmiotu "Język niemiecki w gospodarce II"

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 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 - projekt	Laboratorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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	• Laboratorium
Student jest gotów do: wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	• KF1_K03	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • odpowiedź ustna	• Laboratorium

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 kolokwii sprawdzających

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. (1997): Deutschsprachige Geschäftsbriefe, Wzory niemieckich listów handlowych z tłumaczeniami, IVWX Gdynia.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Piotr Krycki (ostatnia modyfikacja: 15-06-2020 10:46)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ