

I. KARTA OPISU PRZEDMIOTU	
Kierunek	Ekonomia
Poziom kształcenia	Pierwszy
Profil kształcenia	Praktyczny
Forma prowadzenia studiów	Stacjonarny
Przedmiot/ kod	Komunikacja w biznesie międzynarodowym w j. niemieckim IGZPE-1-KBMN
Rok studiów	Trzeci
Semestr	Piąty i szósty
Liczba godzin:	
semestr piąty	Wykłady: 0 Ćwiczenia: 0 Laboratoria: 45
semestr szósty	Wykłady: 0 Ćwiczenia: 0 Laboratoria: 45
Liczba punktów ECTS	ECTS łącznie: 8
Prowadzący przedmiot	Dr Magdalena Urbaniak-Elkholy
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji personalnych i społecznych	Znajomość podstawowego słownictwa w języku niemieckim z zakresu ekonomii. Umiejętność posługiwania się w mowie i piśmie językiem niemieckim na poziomie B1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego. Otwartość na współpracę w środowisku międzynarodowym, umiejętność dyskusji i pracy w grupie.
Cel (cele) przedmiotu	Przybliżenie studentom złożoności problemu komunikacji w biznesie międzynarodowym ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki krajów anglojęzycznych oraz dostarczenie praktycznej wiedzy z zakresu komunikacji w biznesie. Przygotowanie studentów do pracy w środowisku międzynarodowym zróżnicowanym językowo i kulturowo.

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ		
Symbole efektów uczenia się	Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się Student:	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku studiów
IGZPE-1-KBMN-01	Posiada wiedzę w zakresie karty opisu przedmiotu (cele i efekty uczenia się) oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy w odniesieniu do przedmiotu. Ma świadomość wieloaspektowości komunikacji w biznesie międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem krajów niemieckojęzycznych.	LKEKO_W03
IGZPE-1-KBMN-02	Zna elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej.	LKEKO_W02 LKEKO_W03
IGZPE-1-KBMN-03	Zna różne rodzaje i formy korespondencji biznesowej oraz zasady jej tworzenia w języku niemieckim.	LKEKO_W03
IGZPE-1-KBMN-04	Ma podstawową wiedzę na temat targów międzynarodowych oraz ich roli w nawiązywaniu międzynarodowych kontaktów biznesowych.	LKEKO_W03 LKEKO_W05
IGZPE-1-KBMN-05	Posiada umiejętność prawidłowego wykorzystywania elementów komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie komunikacji międzykulturowej.	LKEKO_U02
IGZPE-1-KBMN-06	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę dotyczącą szeroko pojętego pojęcia kultury w przedsiębiorstwie, a także przełamywania barier i stereotypów w celu nawiązania kontaktów biznesowych z partnerem z innego kręgu kulturowego oraz skutecznego funkcjonowania w międzynarodowym środowisku biznesowym.	LKEKO_U02

IGZPE-1-KBMN-07	Potrafi sporządzić w języku niemieckim podstawowe dokumenty ekonomiczne, finansowe i prawne.	LKEKO_U09
IGZPE-1-KBMN-08	Potrafi posługiwać się językiem niemieckim na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w sytuacjach biznesowych.	LKEKO_U10
IGZPE-1-KBMN-09	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i kompetencji językowych; świadomie kształtuje swoją karierę zawodową na rynku międzynarodowych oraz jest otwarty na szanse komercyjnego wykorzystania posiadanej wiedzy i umiejętności.	LKEKO_K01
IGZPE-1-KBMN-10	Potrafi pracować i współdziałać w grupie zróżnicowanej kulturowo w języku niemieckim, przyjmując różne role w sytuacjach biznesowych, reprezentując przy tym postawę kreatywną. Postępuje zgodnie z zasadami etyki biznesowej, z poszanowaniem odmienności kulturowej i wykazuje postawę otwartości wobec partnera biznesowego z innego kręgu kulturowego.	LKEKO_K02

III. TREŚCI KSZTAŁCENIA

Symbol	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów uczenia się przedmiotu
TK_1	Omówienie przedmiotu: zapoznanie studentów z kartą opisu przedmiotu, zapoznanie z efektami uczenia się przewidzianymi dla przedmiotu, zapoznanie z celami przedmiotu realizowanymi w trakcie zajęć. Zapoznanie z zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy w odniesieniu do przedmiotu. Termin <i>komunikacja</i> , elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Funkcje, bariery i formy komunikacji w przedsiębiorstwie.	IGZPE-1-KBMN-01,02,05,08,10
TK_2	<i>Stereotyp</i> vs. uprzedzenie. Przełamywanie stereotypów w komunikacji interkulturowej.	IGZPE-1-KBMN-06,08,10
TK_3	Termin <i>kultura w przedsiębiorstwie</i> , jej cechy, elementy oraz rodzaje.	IGZPE-1-KBMN-01,06,09,10
TK_4	Cechy silnej kultury w przedsiębiorstwie międzynarodowym i związane z nią style zarządzania.	IGZPE-1-KBMN-01,06,09,10
TK_5	<i>Dress code</i> oraz <i>savoir vivre</i> w międzynarodowym środowisku biznesowym.	IGZPE-1-KBMN-01,06,09,10
TK_6	Tworzenie wizerunku firmy na rynku międzynarodowym.	IGZPE-1-KBMN-01,05,06,10
TK_7	Aktywność na międzynarodowym rynku pracy: analiza ogłoszeń w języku niemieckim, sporządzanie dokumentów aplikacyjnych oraz korespondencja pisemna z pracodawcą.	IGZPE-1-KBMA-03,07,08,09
TK_8	Korespondencja handlowa i biznesowa	IGZPE-1-KBMN-03,07,08
TK_9	Na międzynarodowych targach - typologia targów, organizatorzy międzynarodowych targów w Niemczech, cele wystawców, przygotowanie do targów oraz podstawowe błędy w międzynarodowej komunikacji targowej i sposoby ich unikania.	IGZPE-1-KBMN-04,06,07,10

IV. LITERATURA PRZEDMIOTU

Podstawowa:

- Fügert, N., Grosser, R., et al. (2019): *DaF im Unternehmen B2*. Klett.
- Hartmann, P., Guenat, G. (2018): *Deutsch für das Berufsleben. Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene*, Klett.
- Bęza, S., Kleinschmidt, A. (2018): *Deutsch im Büro*. Warszawa.
- Kienzler, I. (2015): *Niemiecki - wzory pism*, Lingo.
- Kienzler, I. (2015): *Niemiecki - korespondencja handlowa*, Lingo.
- Hungenberg, H., Wulf, T. (2015): *Grundlagen der Unternehmensführung*. Berlin.
- Eismann, V. (2013): *Wirtschaftskommunikation Deutsch Neu*. Langenscheidt.
- Badowska-Kionka, J., Długokęcka, J. (2013): *Język niemiecki zawodowy w branży ekonomicznej*, WSiP.
- Riegler-Poyet, M.; Straub, B.; Thiele, P. (2013): *Das Testbuch. Wirtschaftsdeutsch*. Langenscheidt.

- Wierzbicka-Grajek, J. (2006): *Deutsche Verträge, Formulare und Briefe*. Warszawa.

Uzupełniająca:

- Zenderowski, R.; Koziński, B. (2019): *Różnice kulturowe w biznesie*. Warszawa.
- Bęza, S. (2018): *Blickpunkt Wirtschaft. Niemiecki w ekonomii i biznesie*. Poltext.
- Bartosik-Purgat, M. (2010): *Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym*. Warszawa.
- Ganczar, M.; Gębał, P. (2008): *Repetitorium leksykalne. Fachsprache Wirtschaft*. Poznań.
- Baberadova, H. (2008): *Język niemiecki w ekonomii. Zbiór tekstów i ćwiczeń. Fachsprache Deutsch – Finanzen. Kommunikation rund ums Geld*. Poznań.
- Bolten, J. (Hrsg.) (2004): *Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft: Positionen, Modelle, Perspektiven, Projekte*. Sternenfels.
- Maletzke, G. (1996): *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen.

V. SPOSÓB OCENIANIA PRACY STUDENTA

Symbol efektu uczenia dla przedmiotu	Symbol treści kształcenia realizowanych w trakcie zajęć	Forma realizacji treści kształcenia	Typ oceniania	Metody oceny
IGZPE-1-KBMN-01	TK_1,3,4,5,6	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-02	TK_1	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-03	TK_7,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-04	TK_9	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-05	TK_1,6	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-06	TK_2,3,4,5,6,9	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-07	TK_7,8,9	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-08	TK_1,2,7,8	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-09	TK_3,4,5,7	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne
IGZPE-1-KBMN-10	TK_1,2,3,4,5,6,9	ćwiczenia	zaliczenie z oceną	zaliczenie pisemne

VI. OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (w godzinach)

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć z nauczycielem	W godzinach
Semestr piąty i szósty	
Wykład	
Ćwiczenia	
Laboratoria	90
Praca własna studenta	W godzinach
Przygotowanie do zajęć	30
Czytanie wskazanej literatury	30
Przygotowanie do zaliczenia	50
Łączny nakład pracy studenta	200 godz.

VII. OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (ECTS)

Sumaryczna liczba punktów ECTS z przedmiotu	8 ECTS
---	--------

Nakład pracy studenta związany z zajęciami o charakterze praktycznym	8 ECTS
Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	3,6 ECTS
Nakład pracy własnej studenta	4,4 ECTS

VIII. KRYTERIA OCENY

5	znakomita wiedza, umiejętności, kompetencje
4,5	bardzo dobra wiedza, umiejętności, kompetencje
4	dobra wiedza, umiejętności, kompetencje
3,5	zadawalająca wiedza, umiejętności, kompetencje, ale ze znacznymi niedociągnięciami
3	zadawalająca wiedza, umiejętności, kompetencje, z licznymi błędami
2	niezadawalająca wiedza, umiejętności, kompetencje

Forma zaliczenia:

zaliczenie z oceną

Laboratorium:

1. Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest przystąpienie studenta do zaliczenia pisemnego w języku niemieckim i wykazanie, że:

- zna elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, rozumie pojęcie komunikacji interkulturowej oraz potrafi omówić proces komunikacji,
- zna style zarządzania w przedsiębiorstwie oraz style pracy w zróżnicowanym kulturowo środowisku międzynarodowym,
- rozumie pojęcie kultury oraz kultury w przedsiębiorstwie i potrafi przedstawić jej cechy, elementy oraz rodzaje,
- wykazuje się wiedzą na temat strategii tworzenia wizerunku firmy na rynkach międzynarodowych oraz percepcji przekazów marketingowych w środowisku zróżnicowanym kulturowo,
- zna i rozumie termin stereotyp oraz potrafi zaprezentować strategie przełamywania stereotypów w kontaktach biznesowych,
- zna i rozumie zasady etyki biznesowej oraz zasady poszanowania odmienności kulturowej w międzynarodowym środowisku biznesowym,
- potrafi poprawnie sporządzić pisma w korespondencji handlowej i biznesowej,
- ma wiedzę na temat typologii targów, organizatorów międzynarodowych targów w Niemczech, celów wystawców, przygotowania do targów oraz podstawowych błędów w międzynarodowej komunikacji targowej i sposobów ich unikania,
- posługuje się w piśmie językiem niemieckim na poziomie przynajmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego i zna podstawowe słownictwo z zakresu ekonomii w j. niemieckim.

2. Skala ocen:

100% - 95%	5
94% - 86%	4,5
85% - 80%	4
79% - 69%	3,5
68% - 50%	3
49% - 0%	2

IX. METODY REALIZACJI TREŚCI KSZTAŁCENIA

(stosowane na zajęciach metody, które pozwalają na opanowanie treści zajęć przez studentów)

Na zajęciach stosowane są aktywizujące studentów metody realizacji treści kształcenia, tj.:

- analiza materiałów video i audio,
- odgrywanie ról,
- praca z tekstem, wyszukiwanie rozwiązań wskazanych problemów i zagadnień,
- dyskusja (przygotowana przez prowadzącego lub przygotowana i moderowana przez studentów),
- studium przypadku pochodzącego z praktyki społecznej, z filmu lub z prasy,
- przygotowanie wystąpienia indywidualnego lub grupowego.

Zatwierdzenie sylabusa:

Opracowała: dr Magdalena Urbaniak-Elkholy

Sprawdził pod względem formalnym (koordynator przedmiotu): dr Magdalena Urbaniak-Elkholy

Zatwierdził (Dyrektor Instytutu): dr Przemysław Bartkiewicz, prof. PWSZ