

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): NIEMIECKI JĘZYK SPECJALISTYCZNY					Kod modułu:	
	Nazwa przedmiotu: NIEMIECKI JĘZYK BIZNESU					Kod przedmiotu:	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT PEDAGOGICZNO-JĘZYKOWY						
	Nazwa kierunku: FILOLOGIA						
	Forma studiów: STUDIA STACJONARNE			Profil kształcenia: OGÓLNOAKADEMICKI		Specjalność: FILOLOGIA GERMAŃSKA – JĘZYKI OBCE W BIZNESIE	
	Rok / semestr: 2/4			Status przedmiotu / modułu: OBOWIĄZKOWY		Język przedmiotu / modułu: NIEMIECKI	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		30				

Koordynator przedmiotu / modułu	mgr Ewa Leszczyńska
Prowadzący zajęcia	mgr Ewa Leszczyńska
Cel przedmiotu / modułu	Kurs służy przekazaniu elementów wiedzy fachowej oraz poszerzaniu kompetencji językowej słuchaczy w zakresie słownictwa z kręgu tematycznego gospodarki, ekonomii i finansów. Celem nadrzędnym pozostaje rozwijanie umiejętności rozumienia tekstów specjalistycznych, tworzenia własnych oraz swobodnej i precyzyjnej w przekazie konwersacji na tematy biznesowe.
Wymagania wstępne	Znajomość języka niemieckiego na poziomie umożliwiającym aktywny udział w zajęciach.

EFEKTY KSZTAŁCENIA		
Nr	Opis efektu kształcenia	Odniesienie do efektów dla kierunku
01	Student orientuje się w specyfice wybranych zagadnień ekonomiczno-gospodarczych, charakteryzuje podstawowe zasady komunikacji biznesowej, rozpoznając aspekty wynikające ze specyfiki kulturowej.	K_W12
02	Student wyjaśnia i stosuje słownictwo specjalistyczne z zakresu wybranych zagadnień gospodarki, ekonomii i finansów.	K_W04
03	Student analizuje i interpretuje teksty fachowe w języku niemieckim o tematyce gospodarczo-ekonomicznej.	K_U08 K_U17
04	Student formułuje własne wypowiedzi z kręgu tematyki biznesowej.	K_U06
05	Student samodzielnie redaguje teksty z kręgu tematyki biznesowej, uwzględniając aspekty formalne, stylistyczne oraz idiomatykę specjalistyczną.	K_U12

06	Student tłumaczy z języka polskiego na niemiecki oraz odwrotnie krótkie teksty specjalistyczne, adekwatnie dobierając terminologię i struktury gramatyczne.	K_U06 K_U14
07	Student planuje działania profesjonalne związane z rzeczywistością świata biznesu, dobiera strategie ich realizacji oraz adekwatnie stosuje reguły obowiązujące w komunikacji biznesowej w języku niemieckim.	K_U06 K_U07
08	Student stosuje różnorodne techniki: prezentacje, negocjacje, mediacje w zależności od kontekstu komunikacji biznesowej, identyfikuje bariery komunikacyjne oraz rozwija umiejętność ich przełamania.	K_U11 K_K05

TREŚCI PROGRAMOWE

Wykład	
nie dotyczy	
Ćwiczenia	
<p>Marka i marki globalne. Zadowolenie klienta. Informacja o kliencie: segmentacja i grupy klientów. Targi w Niemczech. Planowanie i przygotowanie wizyty na targach. Prowadzenie rozmów. Poszukiwanie partnerów handlowych. Zawieranie umów. Oferta, warunki płatności i dostawy. Prawa i obowiązki sprzedawcy oraz nabywcy. Techniki negocjacyjne. Etapy negocjacji. Analiza przypadku – strategie i taktyka. Język negocjacji. Produkt i cykle jego życia. Prezentacja produktu. Badanie rynku. Prognozowanie i potencjał rynku. Elementy marketingu-mix i strategii marketingowych.</p>	
Laboratorium	
nie dotyczy	
Projekt	
nie dotyczy	

Literatura podstawowa	<p>Buhlmann, R. (u.a.): <i>Wirtschaftsdeutsch von A – Z. Lehr- und Arbeitsbuch</i>. Berlin und München: Langenscheidt 1999. Eismann, V.: <i>Wirtschaftskommunikation Deutsch 1</i>. Berlin und München: Langenscheidt 2000. Eismann, V.: <i>Wirtschaftskommunikation Deutsch 2</i>. Berlin und München: Langenscheidt 2000. Miebs, U. (u.a.): <i>Kontakt Deutsch. Deutsch für berufliche Situationen</i>. Berlin und München: Langenscheidt 2001. Riegler-Poyet, M. (u.a.): <i>Das Testbuch Wirtschaft. Training WiDaF</i>. Berlin und München: Langenscheidt 2000.</p>
Literatura uzupełniająca	<p><i>Wirtschaftsdeutsch für Anfänger – Aufbaukurs</i>. Stuttgart 2010. <i>Unternehmen Deutsch Aufbaukurs</i>. Stuttgart 2011.</p>

Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, analiza tekstów wraz z dyskusją, praca w grupach, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, burza mózgów, ćwiczenia przedmiotowe
Metody weryfikacji efektów kształcenia	
Nr efektu kształcenia	
Analiza tekstów oraz przypadków wraz z dyskusją na zajęciach	02, 03, 04, 06
Prace pisemne (redagowanie tekstów z kręgu problematyki biznesowej, tłumaczenie	02, 05, 06

krótkich tekstów specjalistycznych)		
Prezentacje na zajęciach		02, 04, 07, 08
2 testy zawierające pytania otwarte i zamknięte		01, 05, 06, 07
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocenę – ocena ustalana jest w oparciu o następujące proporcje: Przygotowanie do zajęć oraz aktywny udział w dyskusji – 20% Prace pisemne – 20% Prezentacje na zajęciach – 20% Testy – 40%	

NAKŁAD PRACY STUDENTA	
	Liczba godzin
Udział w wykładach	-
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	-
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych i laboratoryjnych*	30
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń*	20
Przygotowanie prac pisemnych	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	-
Udział w konsultacjach	2
Inne	-
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	62
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2
Liczba p. ECTS związana z zajęciami praktycznymi*	2
Liczba p. ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,3