

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): BLOK SPECJALIZACYJNY (do wyboru): KOMUNIKACJA W BIZNESIE					Kod modułu:	
	Nazwa przedmiotu: NIEMIECKI JĘZYK BIZNESU					Kod przedmiotu: 31.2	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT PEDAGOGICZNO-JĘZYKOWY						
	Nazwa kierunku: FILOLOGIA						
	Forma studiów: STUDIA STACJONARNE			Profil kształcenia: PRAKTYCZNY		Specjalność: LINGWISTYKA STOSOWANA – język angielski z językiem niemieckim	
	Rok / semestr: 3/6			Status przedmiotu / modułu: OBOWIĄZKOWY		Język przedmiotu / modułu: NIEMIECKI	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		30				

Koordynator przedmiotu / modułu	dr Ewa Leszczyńska
Prowadzący zajęcia	dr 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 wyjaśnia i stosuje słownictwo specjalistyczne z zakresu wybranych zagadnień gospodarki, ekonomii i finansów, tworząc przy tym wypowiedzi poprawne pod względem ich struktury semantycznej i gramatycznej.	K_W05 K_W06 K_U05
02	Student analizuje i interpretuje teksty fachowe w języku niemieckim o tematyce gospodarczo-ekonomicznej.	K_W09 K_U04
03	Student formułuje własne wypowiedzi (ustne i pisemne) z kręgu tematyki biznesowej, uwzględniając aspekty formalne, stylistyczne oraz idiomatykę specjalistyczną, wykorzystując przy tym informacje z różnorodnych źródeł.	K_U02 K_U05 K_U07
04	Student tłumaczy z języka polskiego na niemiecki oraz odwrotnie krótkie teksty specjalistyczne, adekwatnie dobierając terminologię i struktury gramatyczne.	K_U05 K_U10

05	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_U03 K_U07
06	Student stosuje różnorodne techniki: prezentacje, negocjacje, mediacje w zależności od kontekstu komunikacji biznesowej, identyfikuje bariery komunikacyjne oraz rozwija umiejętność ich przełamania.	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	01, 02, 03, 04
Prace pisemne (redagowanie tekstów z kręgu problematyki biznesowej, tłumaczenie krótkich tekstów specjalistycznych)	01, 04
Prezentacje na zajęciach	01, 03, 05, 06
2 testy zawierające pytania otwarte i zamknięte	04, 05

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*	18
Przygotowanie prac pisemnych	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	
Udział w konsultacjach	2
Inne	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2
Liczba p. ECTS związana z zajęciami praktycznymi*	48 (30+18) 1,9
Liczba p. ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	32 (30+2) 1,3