

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2024/2025-2026/2027
(skrajne daty)

Rok akademicki 2026/2027

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

| | |
|---|---|
| Nazwa przedmiotu | Korespondencja w biznesie |
| Kod przedmiotu* | |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Wydział Filologiczny |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Germanistyki |
| Kierunek studiów | filologia germańska |
| Poziom studiów | studia I stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarna |
| Rok i semestr/y studiów | rok III, semestr 6 |
| Rodzaj przedmiotu | przedmiot specjalnościowy (specjalność język niemiecki w biznesie), obowiązkowy |
| Język wykładowy | język niemiecki |
| Koordynator | dr Jadwiga Bär |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | pracownicy Instytutu Germanistyki |

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

| Semestr (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | Liczba pkt. ECTS |
|--------------|-------|-----|-------|------|------|----|--------|---------------|------------------|
| 6 | | | | 30 | | | | | 2 |
| | | | | | | | | | |

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie laboratorium: zal. z oceną.

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Wybranie specjalności j. niemiecki w biznesie.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

| | |
|----------------|--|
| C ₁ | Zapoznanie studentów z zasadami tworzenia korespondencji biznesowej i jej prowadzenia w języku niemieckim. |
| C ₂ | Rozwijanie kompetencji praktycznych w zakresie tworzenia, redagowania i prowadzenia korespondencji biznesowej z wykorzystaniem adekwatnych pomocy, tj. słownikami specjalistycznymi, glosariuszami, leksykonami, źródłami internetowymi etc. |
| C ₃ | Poszerzanie kompetencji językowej (konstrukcje syntaktyczne, leksyka) dotyczącej prowadzenia korespondencji w języku polskim oraz niemieckim z wykorzystaniem terminologii specjalistycznej w języku obcym i ojczystym. |
| C ₄ | Kształtowanie umiejętności w zakresie kompetencji interkulturowej w oparciu o różne rodzaje ćwiczeń oraz materiały audio/wideo. |

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych ¹ |
|------------------------|--|--|
| EK_01 | Student zna rodzaje korespondencji w świecie biznesu, posiada wiedzę dotyczącą zasad prowadzenia korespondencji biznesowej; rozumie terminy oraz kolokacje typowe dla korespondencji w świecie biznesu. | K_Wo4 |
| EK_02 | Student potrafi precyzyjnie, poprawnie logicznie i językowo formułować treści tekstów z zakresu korespondencji biznesowej z uwzględnieniem niemieckiej terminologii specjalistycznej. | K_Uo1 K_Uo2 K_Uo3 |
| EK_03 | Student jest gotów do kompetentnego wykorzystywania wiedzy i nabytych umiejętności z zakresu tworzenia redagowania korespondencji biznesowej jak również wykorzystywania kompetencji komunikacyjnych i społecznych oraz przestrzegania zasad etyki zawodowej; jest ukierunkowany na samodzielne zdobywanie wiedzy z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych; w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu jest gotów do zasięgnięcia opinii ekspertów | K_Uo4 K_Uo6 |

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

| |
|---------------------|
| Treści merytoryczne |
|---------------------|

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

B. Problematyka laboratorium

| |
|---|
| Treści merytoryczne |
| Ogólne zasady redagowania/ tworzenia korespondencji biznesowej. Korespondencja przesyłana pocztą zwykłą. Korespondencja przesyłana drogą elektroniczną. |
| Korespondencja dotycząca: <ul style="list-style-type: none">• zapytań ofertowych, ofert;• zamówień/ zleceń, odwołań zamówień/ zleceń, potwierdzeń zamówień/ zleceń• transportu (m.in. zawiadomienie o wysyłce, o terminach dostawy, opóźnieniu w dostawie, potwierdzenia odbioru)• reklamacji towaru/ usługi• płatności (faktury, opóźnienia płatności-upomnienia). |
| Korespondencja o charakterze reklamującym towar/ usługi. |
| Życzenia okolicznościowe i gratulacje wysyłane do zagranicznych firm i instytucji, zaproszenia, podziękowania, odmowy. |
| Komunikacja wewnętrzna w firmie (np. dokumenty typu: okólniki, protokoły, sprawozdania). |
| Skróty i skrótowce powszechnie używane w terminologii korespondencji biznesowej. |

3.4 Metody dydaktyczne

Elementy wykładu, analiza tekstów korespondencji biznesowej.

Samodzielne przygotowanie tekstów w domu, obejmujące: ćwiczenia w pisemnym i ustnym redagowaniu/ tworzeniu tekstów w języku niemieckim, ćwiczenia w stosowaniu odpowiedniej terminologii z zakresu korespondencji biznesowej, ćwiczenia doskonalące kompetencję interkulturową.

Wspólna korekta i ocena tekstów przygotowanych przez studentów.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw., ...) |
|---------------|---|--|
| EK_01 | kolokwium, obserwacja (interakcja) w trakcie zajęć | lab. |
| EK_02 | kolokwium, obserwacja (Interakcja) w trakcie zajęć | lab. |
| EK_03 | obserwacja (interakcja) w trakcie zajęć | lab. |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Po semestrze 6. zaliczenie z oceną na podstawie regularnego przygotowywania wszystkich prac pisemnych zadanych przez wykładowcę oraz sprawdzianów.

Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny ze sprawdzianów jest uzyskanie min. 60% punktów z zadań sprawdzających wiedzę i umiejętności z zakresu treści programowych wymienionych w niniejszym sylabusie.

Kryteria oceny prac pisemnych:

5.0 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia na poziomie 96%-100%

4.5 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia na poziomie 90%-95%

4.0 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia na poziomie 80%-89%

3.5 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia na poziomie 70%-79%

3.0 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia na poziomie 60%-69%

2.0 - wykazuje znajomość każdej z treści kształcenia poniżej 60%

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów uczenia się. Egzamin i zaliczenie w formie tradycyjnej (kontaktowej).

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

| Forma aktywności | Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności |
|---|---|
| Godziny z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie) | 1 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 19 |
| SUMA GODZIN | 50 |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS | 2 |

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

| | |
|----------------------------------|------|
| wymiar godzinowy | Brak |
| zasady i formy odbywania praktyk | Brak |

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Dudenredaktion (2021): Geschäftskorrespondenz. Briefe, E-Mails und Kurznachrichten professionell schreiben. Berlin: Dudenverlag. – fragmenty

Bęza, Stanisław (2000): Neue moderne deutsche Handelskorrespondenz. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Hovemann, - fragmenty

Najnowsze publikacje o charakterze naukowym oraz materiały z prasy bieżącej i zasobów internetowych, zgodne z treściami merytorycznymi przedmiotu udostępnione przez prowadzącego zajęcia.

Literatura uzupełniająca:

Claudia/Hovemann, Eike (2008): Das große Buch der Musterbrief: Humboldt. – fragmenty

Drummer, Agnieszka/ Richard Boehnje (2017): Nowoczesna korespondencja biznesowa po niemiecku. Poltext.

Dudenredaktion (2020): Briefe, E-Mails und Kurznachrichten gut und richtig schreiben. Berlin: Dudenverlag.

Margarete/Boelcke, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul (2000): Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch. Langenscheidt: Berlin/München/Wien/ Zürich/New York.

Najnowsze publikacje o charakterze naukowym oraz materiały z prasy bieżącej i zasobów internetowych, zgodne z treściami merytorycznymi przedmiotu udostępnione

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej