

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

Rok akademicki 2025/2026

**1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	<b>Komunikacja interpersonalna w biznesie</b>
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	stacjonarne,
Rok i semestr/y studiów	rok 2, semestr 4
Rodzaj przedmiotu	specjalnościowy (specjalność język niemiecki w biznesie), do wyboru
Język wykładowy	język niemiecki, język polski
Koordinator	dr Agnieszka Odrzywolska-Fus
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
4		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 ćwiczeń z oceną

**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2. Wybór specjalności język niemiecki w biznesie.
---

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

### 3.1 Cele przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z uwarunkowaniami komunikacji interpersonalnej ze szczególnym uwzględnieniem środowiska biznesowego, a także możliwości świadomego wpływu na interlokutora;
C2	rozwijanie kompetencji komunikacyjnych oraz właściwego podejścia do problemów w komunikacji interpersonalnej, rolę aktywnego słuchania, pytania, mówienia oraz komunikacją niewerbalną;
C3	kształtowanie umiejętności prowadzenia skutecznych rozmów w środowisku biznesowym, rozumienia przyczyn powstawania konfliktów oraz wskazanie możliwości zastosowania wiedzy z zakresu komunikacji w poprawie jakości relacji interpersonalnych

### 3.2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych <sup>1</sup>
EK_01	Student zna i rozumie istotę i znaczenie procesu komunikacyjnego, uwarunkowania kulturowe, społeczne oraz psychologiczne, identyfikuje podstawy tworzenia trwałych relacji interpersonalnych opartych na efektywnej komunikacji oraz zasadach etycznych działań biznesowych;	K_Wo9
EK_02	porozumiewa się z wykorzystaniem różnych technik komunikacyjnych, aktywnie uczestniczy w wymianie poglądów, stosuje technikę zmiany perspektywy, język „ja”, prezentuje i ewaluuje opinie i stanowiska, identyfikuje nastroje i emocje partnerów w trakcie rozmowy oraz dopasowuje właściwą strategię komunikacyjną, jest świadomy konieczności stałego rozszerzania swojej wiedzy i umiejętności;	K_Uo7 K_Uo8 K_U12
EK_03	w sposób przedsiębiorczy wykorzystuje wiedzę przedmiotową oraz umiejętności komunikacyjne, społeczne, interkulturowe i interpersonalne w interakcjach biznesowych, kierując się etyką, jak również ostrożnością w doborze środków komunikacji i rozwiązywaniu konfliktów	K_Ko4 K_Ko5

### 3.3. Treści programowe

#### A. Problematyka wykładu

<b>Treści merytoryczne</b>

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

## B. Problematyka ćwiczeń

Treści merytoryczne
<b>Semestr 5</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Procesy komunikacyjne oraz ich uwarunkowania w środowisku biznesowym</li><li>• Sposoby wywierania wpływu na interlokutora; perswazja a manipulacja</li><li>• Werbalne i niewerbalne determinanty komunikacji interpersonalnej</li><li>• Typy osobowości i sposobów komunikowania się w środowisku biznesowym</li><li>• Charakterystyka procesu negocjacji</li><li>• Asertywność</li><li>• Sposoby radzenia sobie w sytuacjach nieporozumień komunikacyjnych oraz konfliktów – rozwiązywanie sytuacji kryzysowych wynikających z różnic osobowościowych oraz poglądowych</li><li>• Cechy dobrego rozmówcy i współpracownika, tworzenie długotrwałych relacji biznesowych</li><li>• Kontakty międzynarodowe – rozwijanie postawy rozumienia obcości kulturowej, znaczenie różnic kulturowych w środowisku biznesowym, podejście do partnerów zagranicznych</li></ul>

### 3.4. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia i zajęcia praktyczne, warsztat szkoleniowy oparty na nowoczesnej metodologii pracy z grupą, wykorzystującej techniki kształtujące postawy, rozwijające kompetencje i doskonalące umiejętności; case studies, dyskusja, praca w (małych) grupach / parach, praca indywidualna.

## 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 ustne, projekt	ćw.
EK_02	kolokwium ustne, obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.
EK_03	obserwacja w trakcie zajęć, projekt	ćw.

### 4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich założonych dla przedmiotu efektów uczenia się.

Zaliczenie z oceną na podstawie:

- aktywnego udziału w zajęciach (w ćwiczeniach indywidualnych, w parach i grupach);
- oceny z odpowiedzi ustnej w formie tradycyjnej z całości materiału z uwzględnieniem kryteriów poprawności merytorycznej oraz językowej;
- oceny z prezentacji przygotowanego projektu

Student powinien uzyskać pozytywną ocenę z odpowiedzi ustnej (min. 60% punktów z zadań/pytań sprawdzających wiedzę i umiejętności z zakresu treści programowych), pozytywną

ocenę z projektu i jego prezentacji zgodnie z kryteriami zawartymi w niniejszym sylabusie, a także powinien uczestniczyć aktywnie w zajęciach.

50% oceny stanowią wynik z odpowiedzi ustnej z całości materiału (po koniec semestru), 30% to ocena z projektu oraz jego prezentacji, 20% stanowi ocena aktywności na zajęciach.

Kryteria oceny odpowiedzi ustnej dot. treści przedmiotu:

Poprawność merytoryczna: 50%

Zdolność analizy i syntezy: 30%

Poprawność językowa: 20%

Kryteria oceny projektu oraz jego prezentacji:

Poprawność merytoryczna: 50%

Sposób prezentacji: 30%

Kreatywność: 20%

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z planu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach, egzaminie)	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć – lektura tekstów, przygotowanie projektu, powtórzenie wiadomości do kolokwium)	28
SUMA GODZIN	60
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>2</b>

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

## 6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

## 7. LITERATURA

### Literatura podstawowa:

Baney, Joann (przeł. z ang. Wojciech Jędruszek) (2009): Komunikacja interpersonalna.  
Warszawa: Wolters Kluwer Polska : IPS International Publishing Service.

Benedikt, Antoni (2011): Asertywność jako proces skutecznej komunikacji / Wrocław:  
Wydawnictwo Astrum.

Błaszczak, Ewa (2017): Kolory, czyli prosta instrukcja obsługi człowieka. Warszawa: 4Results.

Bonacchi, Silvia (2011): Höflichkeitsausdrücke und anthropozentrische Linguistik. W: Grucza, Sambor/ Tylusińska-Kowalska, Anna: Języki, kultury, teksty, wiedza. Warszawa: Publikacje naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej Uniwersytetu Warszawskiego.

[https://www.academia.edu/3116614/H%C3%B6flichkeitsausdr%C3%BCcke\\_und\\_anthropozentrische\\_Linguistik?email\\_work\\_card=view-paper](https://www.academia.edu/3116614/H%C3%B6flichkeitsausdr%C3%BCcke_und_anthropozentrische_Linguistik?email_work_card=view-paper)

Carnegie, Dale (przekł. Magdalena Bugajska) (2013): Jak doskonalić umiejętność skutecznej komunikacji. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.

Center, Ewa M. (2011): Negocjacje jako forma komunikacji interpersonalnej. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.

Fus, Agnieszka (2013): *Konzeptionelle und funktionale Ebene der interkulturellen Kompetenz*. W: Germanica Wratislaviensia 138. Auswertung und Neubewertung. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 69-82. ISSN: 0435-5865

Fus, Agnieszka (2016): Über die Möglichkeit des Fremdverstehens: die Rolle der Wahrnehmung und der Selbstidentität. W: Studien zur Deutschkunde/ Studia Niemcoznawcze (57). Warszawa: Instytut Germanistyki UW, s. 655-667. ISSN: 0208-4597.

Jakob, Ralph/Tilmes, Rolf/Schwartz, Hansjörg/Welkoborsky, Anke/Wendenburg, Felix (2016): Verhandlungsmanagement in Unternehmen in Deutschland: Von der Institution zum System. EBS.

Puczkowski, Benedykt (2006): Komunikacja interpersonalna w biznesie. Olsztyn : Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.

Quirke, Bill (2012): Komunikacja wewnętrzna krok po kroku: jak komunikacja wewnętrzna pomaga wdrażać każdą strategię w firmie.

Schumacher, Hans-Jörg (2011): Verhandlungen im Unternehmen richtig führen  
<https://www.maschinenmarkt.vogel.de/verhandlungen-im-unternehmen-richtig-fuehren-a-342629/?p=2>

<https://www.verhandlungstraining.org/>

Wawrzak-Chodaczek Mirosława (2017): Komunikacja interpersonalna i masowa: wybrane teorie i praktyki / Kraków : Oficyna Wydawnicza Impuls.

Witte, Erich H. (2006): Interpersonale Kommunikation, Beziehungen und Gruppen/Kollaboration. Hamburg: Universität Hamburg, Arbeitsbereich Sozialpsychologie.

[https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/35053/ssoar-2006-witte-Interpersonale\\_Kommunikation\\_Beziehungen\\_und\\_Gruppen-Kollaboration.pdf?sequence=1](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/35053/ssoar-2006-witte-Interpersonale_Kommunikation_Beziehungen_und_Gruppen-Kollaboration.pdf?sequence=1)

**Literatura uzupełniająca:**

Batko, Andrzej (2011): Sztuka perswazji, czyli język wpływu i manipulacji. Wydanie 2. Wydawnictwo Helion, Onepress.

Fisher, Roger/ Ury, William (2016): Dochodząc do TAK: Negocjowanie bez poddawania się. Warszawa: PWE.

Lax, David A./ Sebenius, James K. (2010): negocjacje w trzech wymiarach. Jak wygrać najważniejsze gry negocjacyjne. Warszawa: MT Biznes.

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

[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80675-8\\_6](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80675-8_6)

<https://ebs-university->

<production.s3.amazonaws.com/uploads/becms/medium/pdf/1864/studie-verhandlungsmanagement-in-unternehmen-in-deutschland.pdf>

<http://www.comelio-seminare.com/seminare/titel/verhandlungstraining>

<https://www.haufe-akademie.de/lp/landeseiten/verhandeln.html>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej