

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2016/2017

Instytut Języków Obcych

Kierunek studiów: Filologia

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 022

Stopień studiów: I

Specjalności: Język niemiecki - translatoryka; MODUŁ: Język niemiecki w biznesie

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Korespondencja handlowa w języku niemieckim
KOD PRZEDMIOTU	IJO 022 PIS D6 16/17
KATEGORIA PRZEDMIOTU	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3
SEMESTRY	3 4 5

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM DYPLOMOWE	WARSZTAT	LABORATORIUM
3				15	
4				15	
5				15	

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 Przekazanie podstawowej wiedzy odnośnie specyfiki pisemnej komunikacji handlowej.

Cel 2 Wychowanie praktycznych umiejętności tworzenia dokumentów wymaganych w międzynarodowym obrocie gospodarczym, ze szczególnym uwzględnieniem formalnych uwarunkowań stylu oraz specjalistycznej terminologii.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

a Znajomość języka niemieckiego na poziomie B2.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: Student zna specyfikę kontaktów handlowych, podstawowe zasady etykiety biznesowej, aspekty komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym wynikające ze specyfiki kulturowej.

EK2 Wiedza: Student zna cechy szczególne niemieckiego języka korespondencji handlowej.

EK3 Umiejętności: Student potrafi analizować i interpretować wybrane formy autentycznej korespondencji handlowej w języku niemieckim, wskazując konstytutywne elementy ich budowy, a także swoiste uwarunkowania handlowej komunikacji pisemnej związane ze stylem oraz doбором struktur leksykalnych.

EK4 Umiejętności: Student potrafi samodzielnie redagować różnego rodzaju listy handlowe, uwzględniając aspekty formalne, stylistyczne oraz specjalistyczną terminologię.

EK5 Umiejętności: Student potrafi dobierać odpowiednie struktury leksykalne i gramatyczne w procesie przekładu wybranych elementów korespondencji handlowej na język docelowy (polski lub niemiecki).

EK6 Kompetencje społeczne: Student identyfikuje oraz poddaje krytycznej analizie typowe błędy w korespondencji handlowej oraz wypracowuje - samodzielnie lub w zespole - strategie rozwiązywania problemów.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WARSZTAT

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
WA1	Istota i funkcje korespondencji handlowej jako pisemnego środka komunikacji zalety, wady, konsekwencje. Jak kreować dobre i skuteczne komunikaty biznesowe?	3
WA2	Cechy profesjonalnej korespondencji handlowej w języku niemieckim, zasady poprawności leksykalnej i stylistycznej, idiomatyka specjalistyczna.	4
WA3	Ogólna struktura treści listów handlowych. Charakterystyka i zasady formułowania wybranych dokumentów handlowych.	4
WA4	Anfrage/ zapytanie ofertowe	3
WA5	Angebot und Antwort auf das Angebot/ oferta oraz udzielanie odpowiedzi na ofertę	3
WA6	Allgemeiner Werbebrief/ prezentacja firmy	3
WA7	Gegenangebot des Kunden/ kontrofert klienta	3
WA8	Bestellung/ zamówienie	3
WA9	Auftragsbestätigung/ potwierdzenie realizacji zlecenia	3
WA10	Mangelrüge/ reklamacja jakościowa	3
WA11	Widerruf der Bestellung/ wycofanie zamówienia	3
WA12	Anzeige eines Lieferverzugs/ opóźnienie w dostawie	3
WA13	Beanstandung/ reklamacja	3
WA14	Zasady tworzenia korespondencji elektronicznej etykieta biznesowa	2
WA15	Tłumaczenie korespondencji handlowej przekład czy adaptacja?	2
	RAZEM	45

7 METODY DYDAKTYCZNE

M1 Praca w grupach

M2 Praca z podręcznikiem

M3 Projekty

M4 Ćwiczenia projektowe

M5 Słowne objaśnienie

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	45
Konsultacje przedmiotowe	6
Egzaminy i zaliczenia w sesji	8
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	4
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	12
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Zaliczenie praktyczne

F2 Test

F3 Odpowiedź ustna

F4 Projekt zespołowy

OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1 Ćwiczenie praktyczne

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	Student zna podstawowe elementy specyfiki kontaktów handlowych, podstawowe zasady etykiety biznesowej, rozpoznaje aspekty komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym wynikające ze specyfiki kulturowej.	warsztat	test

NA OCENĘ 4	Student zna dobrze elementy specyfiki kontaktów handlowych, podstawowe zasady etykiety biznesowej, rozpoznaje aspekty komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym wynikające ze specyfiki kulturowej.		
NA OCENĘ 5	Student zna bardzo dobrze elementy specyfiki kontaktów handlowych, podstawowe zasady etykiety biznesowej, rozpoznaje aspekty komunikacji z partnerem niemieckojęzycznym wynikające ze specyfiki kulturowej.		
EFEKT KSZTAŁCENIA 2		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 2
NA OCENĘ 3	Student zna podstawowe cechy szczególne niemieckiego języka korespondencji handlowej.	warsztat	odpowiedź, analiza tekstu
NA OCENĘ 4	Student dobrze zna cechy szczególne niemieckiego języka korespondencji handlowej.		
NA OCENĘ 5	Student bardzo dobrze zna cechy szczególne niemieckiego języka korespondencji handlowej.		
EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	Student potrafi w stopniu podstawowym analizować i interpretować wybrane formy autentycznej korespondencji handlowej w języku niemieckim, wskazując konstytutywne elementy ich budowy, a także swoiste uwarunkowania handlowej komunikacji pisemnej związane ze stylem oraz doбором struktur leksykalnych.	warsztat	odpowiedź
NA OCENĘ 4	Student potrafi dobrze analizować i interpretować wybrane formy autentycznej korespondencji handlowej w języku niemieckim, wskazując konstytutywne elementy ich budowy, a także swoiste uwarunkowania handlowej komunikacji pisemnej związane ze stylem oraz doбором struktur leksykalnych.		
NA OCENĘ 5	Student potrafi bardzo dobrze analizować i interpretować wybrane formy autentycznej korespondencji handlowej w języku niemieckim, wskazując konstytutywne elementy ich budowy, a także swoiste uwarunkowania handlowej komunikacji pisemnej związane ze stylem oraz doбором struktur leksykalnych.		
EFEKT KSZTAŁCENIA 4		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 4
NA OCENĘ 3	Przygotowanie różnego rodzaju listów handlowych przy uwzględnieniu podstawowych aspektów formalnych, stylistycznych oraz podstawowej terminologii specjalistycznej.	warsztat	praca

NA OCENĘ 4	Przygotowanie różnego rodzaju listów handlowych przy dobrym uwzględnieniu aspektów formalnych, stylistycznych oraz rozszerzonej terminologii specjalistycznej.		
NA OCENĘ 5	Przygotowanie różnego rodzaju listów handlowych przy bardzo dobrym uwzględnieniu aspektów formalnych, stylistycznych oraz kompletnej terminologii specjalistycznej.		
EFEKT KSZTAŁCENIA 5		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 5
NA OCENĘ 3	Przygotowanie tłumaczenia krótkiego tekstu handlowego na język polski przy zachowaniu elementarnej poprawności językowej, formalnej, stylistycznej i przekazaniu komunikatu zawartego w piśmie w języku niemieckim.	warsztat	ćwiczenie praktyczne
NA OCENĘ 4	Przygotowanie tłumaczenia krótkiego tekstu handlowego na język polski przy zachowaniu poprawności językowej, formalnej, stylistycznej i przekazaniu komunikatu zawartego w piśmie w języku niemieckim.		
NA OCENĘ 5	Przygotowanie tłumaczenia krótkiego tekstu handlowego na język polski, bezbłędnie pod kątem poprawności językowej, formalnej, stylistycznej i przekazanym komunikacie zawartym w piśmie w języku niemieckim.		
EFEKT KSZTAŁCENIA 6		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 6
NA OCENĘ 3	Student w sposób podstawowy identyfikuje oraz poddaje krytycznej analizie typowe błędy w korespondencji handlowej oraz wypracowuje - samodzielnie lub w zespole - strategie rozwiązywania problemów.	warsztat	projekt zespołowy
NA OCENĘ 4	Student dobrze identyfikuje oraz poddaje krytycznej analizie typowe błędy w korespondencji handlowej oraz wypracowuje - samodzielnie lub w zespole - strategie rozwiązywania problemów.		
NA OCENĘ 5	Student bardzo dobrze identyfikuje oraz poddaje krytycznej analizie typowe błędy w korespondencji handlowej oraz wypracowuje - samodzielnie lub w zespole - strategie rozwiązywania problemów.		

OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)

Średnia ocen cząstkowych

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

a Uzyskanie pozytywnej oceny podsumowującej (przynajmniej 60%)

b aktywny udział w zajęciach

c ocena z zaliczenia

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	F_W14, F_W13	Cel1	Wa1, Wa2, Wa3, Wa14, Wa15	M2, M5
EK2	F_W14, F_W13	Cel1	Wa1, Wa2, Wa3, Wa14, Wa15	M2, M5
EK3	F_U05	Cel2	Wa4, Wa5, Wa6, Wa7, Wa8, Wa9, Wa10, Wa11, Wa12, Wa13	M1, M3, M4
EK4	F_U01, F_U05	Cel2	Wa4, Wa5, Wa6, Wa7, Wa8, Wa9, Wa10, Wa11, Wa12, Wa13	M1, M3, M4
EK5	F_W14, F_U01, F_U05	Cel2	Wa4, Wa5, Wa6, Wa7, Wa8, Wa9, Wa10, Wa11, Wa12, Wa13	M1, M3, M4
EK6	F_K03	Cel1, Cel2	Wa1, Wa2, Wa3, Wa4, Wa5, Wa6, Wa7, Wa8, Wa9, Wa10, Wa11, Wa12, Wa13, Wa14, Wa15	M1, M2, M3, M4, M5

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] **Kienzler, Iwona** — *Deutschsprachige Geschäftsbriefe. Wzory listów handlowych z tłumaczeniami*, Gdynia, 1994, IVAX
- [2] **Białek, Edward / Kos, Józef** — *Niemiecki list handlowy : 1000 Sätze fuer Geschäftsbriefe*, Wrocław, 1999, Dolnośląskie Wydaw. Edukacyjne
- [3] **Baumgartner, Gabriela** — *Schreiben leicht gemacht. Stilsicher und rechtlich korrekt vom E-Mail bis zum Vertrag*, Zuerich, 2009, Beobachter

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] **Riegler-Poyet, Margarete** — *Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch : Training zum Test WiDaF*, Berlin ; Muenchen ; Wien ; Zuerich ; New York, 2009, Langenscheidt
- [2] **Herweg, Marlies (red.)** — *Duden, Moderne Geschäftsbriefe - leicht gemacht*, Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zuerich, 2008, Dudenverlag

[3] Białek, Edward / Kos, Józef — *Z umową po sukces : wzory umów dla Polaków i Niemców = Mit Vertrag zum Erfolg : Musterverträge für Deutsche und Polen*, Wrocław, 1998, Dolnośląskie Wydaw. Edukacyjne

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr Grzegorz Jaśkiewicz (kontakt: gjaskiewicz@univ.rzeszow.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Grzegorz Jaśkiewicz (kontakt: gjaskiewicz@univ.rzeszow.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)	(odpowiedzialny za przedmiot)	(kierownik zakładu)	(dyrektor instytutu)
---------------------	-------------------------------	---------------------	----------------------

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....