

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Instytut Języków Obcych

Kierunek studiów: Filologia

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 022

Stopień studiów: I

Specjalności: JN/T, moduł: Język niemiecki w biznesie

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Korespondencja handlowa w języku niemieckim
KOD PRZEDMIOTU	IJO 022 AIS D14 15/16
KATEGORIA PRZEDMIOTU	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE
LICZBA PUNKTÓW ECTS	5
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

ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Istota i funkcje korespondencji handlowej jako pisemnego środka komunikacji zalety, wady, konsekwencje. Jak kreować dobre i skuteczne komunikaty biznesowe?	3
C2	Cechy profesjonalnej korespondencji handlowej w języku niemieckim, zasady poprawności leksykalnej i stylistycznej, idiomatyka specjalistyczna.	3
C3	Ogólna struktura treści listów handlowych. Charakterystyka i zasady formułowania wybranych dokumentów handlowych.	4
C4	Anfrage/ zapytanie ofertowe	3
C5	Angebot und Antwort auf das Angebot/ oferta oraz udzielanie odpowiedzi na ofertę	3
C6	Allgemeiner Werbebrief/ prezentacja firmy	3
C7	Gegenangebot des Kunden/ kontrofertą klienta	3
C8	Bestellung/ zamówienie	3
C9	Auftragsbestätigung/ potwierdzenie realizacji zlecenia	3
C10	Mangelrüge/ reklamacja jakościowa	3
C11	Widerruf der Bestellung/ wycofanie zamówienia	3
C12	Anzeige eines Lieferverzugs/ opóźnienie w dostawie	3
C13	Beanstandung/ reklamacja	3
C14	Zasady tworzenia korespondencji elektronicznej etykieta biznesowa	2
C15	Tłumaczenie korespondencji handlowej przekład czy adaptacja?	3
	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	2
Egzaminy i zaliczenia w sesji	1
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	35
Opracowanie wyników	21
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	21
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	125
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	5

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Test

F2 Odpowiedź ustna

F3 Projekt zespołowy

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.	ćwiczenia	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.	ćwiczenia	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.	ćwiczenia	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.	ćwiczenia	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.	ćwiczenia	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	Cel1	C1, C2, C14, C15	M2, M5
EK2	F_W14	Cel1	C1, C2, C14, C15	M2, M5
EK3	F_U05	Cel2	C3	M1, M3, M4
EK4	F_U01	Cel2	C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14	M1, M3, M4
EK5	F_U05	Cel2	C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13	M1, M3, M4
EK6	F_K03	Cel1, Cel2	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15	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 fuer 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)

PWSZ w Nowym Sączu

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....