

# Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Raciborzu

## KARTA PRZEDMIOTU

<b>1. Nazwa przedmiotu:</b>	Korespondencja służbowa i handlowa			
<b>2. Kod przedmiotu:</b>	FGB-20			
<b>3. Okres ważności karty:</b>	2013-2016			
<b>4. Forma kształcenia:</b>	studia pierwszego stopnia			
<b>5. Forma studiów:</b>	studia stacjonarne			
<b>6. Kierunek studiów:</b>	filologia			
<b>7. Profil studiów:</b>	praktyczny			
<b>8. Specjalność:</b>	filologia germańska			
<b>9. Semestr:</b>	4,5			
<b>10. Jedn. prowadz. przedmiot:</b>	Instytut Neofilologii			
<b>11. Prowadzący przedmiot:</b>	dr Emilia Wojtczak			
<b>12. Grupa przedmiotów:</b>	Kształcenie biznesowe – moduł do wyboru			
<b>13. Status przedmiotu:</b>	do wyboru			
<b>14. Język prowadzenia zajęć:</b>	niemiecki			
<b>15. Przedmioty wprowadzające oraz wymagania wstępne:</b>				
Znajomość standardowego języka niemieckiego na poziomie co najmniej B2				
<b>16. Cel przedmiotu:</b>				
Celem konwersatorium jest rozwinięcie u studentów świadomego podejścia do aktu pisania wymagającego zarówno poprawności językowej jak i umiejętności funkcjonalnej organizacji wypowiedzi. Nauczanie przedmiotu obejmuje zapoznanie studentów z różnymi formami wypowiedzi pisemnej o różnym stopniu trudności i formalności (list urzędowy, list motywacyjny, ogłoszenie, podanie, zaproszenie, zapytanie, prośba, życiorys, życzenia, podziękowanie itd.) w celu poszerzenia kompetencji językowej w zakresie sprawności pisania. Celem kursu jest opanowanie przez studentów leksyki specjalistycznej związanej z prowadzeniem korespondencji handlowej w języku niemieckim zarówno drogą tradycyjną, jak i elektroniczną, zapoznanie się ze stylem urzędowym oraz powtórzenie charakterystycznych dla stylu urzędowego konstrukcji gramatycznych.				
<b>17. Efekty kształcenia:</b>				
Ozn.	Opis efektu kształcenia	Metoda sprawdzenia efektu kształcenia	Forma prowadzenia zajęć	Odniesienie do efektów dla kierunku studiów
01	- rozpoznać właściwy kontekst komunikacyjny i dopasować do niego odpowiedni rodzaj korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego;	test	konwersatorium	K_W13 (++)
02	- rozróżniać i zdefiniować najważniejsze rodzaje korespondencji urzędowej; wymienić i objaśnić najważniejsze słowa, zwroty i wyrażenia charakterystyczne dla korespondencji urzędowej;	dyskusja / zadanie domowe	konwersatorium	K_W14 (+)
03	- przeanalizować kontekst komunikacyjny i dopasować do niego adekwatny rodzaj korespondencji handlowej (urzędowej);	test / zadanie domowe	konwersatorium	K_U01 (++)
04	- sporządzić podstawowe rodzaje pism urzędowych; posługiwać się słownikami terminów handlowych i prawniczych; interpretować używane w korespondencji pojęcia; zaprojektować papier firmowy z logo, danymi adresowymi.	praca kontrolna / zadanie domowe	konwersatorium	K_U06(+++)

05	- uwrażliwić swą postawę na wagę korespondencji urzędowej jako głównego medium komunikacyjnego w kontaktach między firmami, a także między firmami a klientami końcowymi; propagować korespondencję urzędową jako najpewniejszy i najdokładniejszy rodzaj komunikacji biznesowej w XXI w.	odpowiedzi ustne na zajęciach	konwersatorium	K_K01 (++)
<b>18. Formy i wymiar zajęć:</b>		K (15h + 15h)		
<b>19. Treści kształcenia:</b>				
CV, list motywacyjny, okólnik, zapytanie ofertowe, oferta, odpowiedź na ofertę, zamówienie/zlecenie, potwierdzenie zamówienia, monit / odpowiedź na monit, reklamacja / odpowiedź na reklamację, umowa kupna/sprzedaży, umowa o pracę, sporządzanie protokołu, życzenia, gratulacje, zaproszenia, rezerwacje, wypełnianie formularzy (meldunkowy, ubezpieczeniowy) i ankiet, e-maile. Gramatyka: rekcja czasownika, nominalizacja/werbalizacja wyrażen, strona bierna, tryb przypuszczający.				
<b>20. Egzamin:</b>		nie, za/0		
21. Literatura podstawowa:				
Bęza S., Kleinschmidt A., <i>Deutsch im Büro</i> , Warszawa 1998. Bęza S., <i>Moderne deutsche Handelskorrespondenz</i> , Warszawa 1995. Hering A., Matussek H., <i>Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren</i> , Ismaning 2000. Kuźnik M., Rzepczyński S.: <i>Jak pisać?</i> , Bielsko-Biała 2005.				
<b>21. Literatura uzupełniająca:</b>				
Bęza S.: <i>Blickpunkt Wirtschaft 1</i> , Warszawa 2001. Dienst L., Koll R., Rabofski B.: <i>Training Deutsch für den Beruf. Übungen mit Erläuterungen zum Wortschatz, zur Grammatik, zum Lesen, Hören und Schreiben</i> , Ismaning 2002. Miebs U., Vehovirta F.: <i>Kontakt Deutsch. Deutsch für berufliche Situationen</i> , Berlin 2001. Strony internetowe, materiały własne.				
<b>23. Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów kształcenia:</b>				
Lp.	Forma zajęć	Liczba godzin kontaktowych / pracy studenta		
1	Wykład			
2	konwersatorium	30		
3	Inne: redagowanie listów, przygotowanie do prac kontrolnych, lektura tekstów z zakresu korespondencji handlowej	15 10 5		
	Suma godzin	60		
<b>24. Suma wszystkich godzin:</b>		60	<b>25. Liczba punktów ECTS:</b>	2
<b>26. Liczba punktów ECTS uzyskanych na zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego:</b>		1	<b>27. Liczba punktów ECTS uzyskanych w wyniku samodzielnej pracy studenta:</b>	1
<b>Kryteria oceniania:</b>				
<b>Efekt kształcenia</b>	<b>Ocena</b>	<b>Opis wymagań</b>		
01	bdb	Potrafi bezbłędnie rozpoznać właściwy kontekst komunikacyjny i dopasować do niego odpowiedni rodzaj korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego		
	db	Potrafi rozpoznać właściwy kontekst komunikacyjny i dopasować do niego odpowiedni rodzaj korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego popełniając przy tym drobne błędy		
	dst	Potrafi rozpoznać kontekst komunikacyjny i dopasować do niego odpowiedni rodzaj korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego popełniając przy tym poważne błędy		
	ndst	Nie potrafi rozpoznać właściwego kontekstu komunikacyjnego i nie umie dopasować do		

		niego odpowiedniego rodzaju korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego
02	bdb	Umie bardzo dobrze rozróżniać i definiować najważniejsze rodzaje korespondencji urzędowej oraz wymienić i objaśnić najważniejsze słowa, zwroty i wyrażenia charakterystyczne dla korespondencji urzędowej
	db	Umie z drobnymi uchybieniami rozróżniać i definiować najważniejsze rodzaje korespondencji urzędowej oraz wymienić i objaśnić najważniejsze słowa, zwroty i wyrażenia charakterystyczne dla korespondencji urzędowej;
	dst	Umie z poważnymi uchybieniami rozróżniać i definiować najważniejsze rodzaje korespondencji urzędowej oraz wymienić i objaśnić najważniejsze słowa, zwroty i wyrażenia charakterystyczne dla korespondencji urzędowej;
	ndst	Nie umie rozróżniać i definiować najważniejszych rodzajów korespondencji urzędowej oraz wymienić i objaśnić najważniejszych słów, zwrotów i wyrażen charakterystycznych dla korespondencji urzędowej
03	bdb	Potrafi poprawnie przeanalizować kontekst komunikacyjny i dopasować do niego adekwatny rodzaj korespondencji handlowej (urzędowej);
	db	Potrafi przeanalizować kontekst komunikacyjny i dopasować do niego adekwatny rodzaj korespondencji handlowej (urzędowej) popełniając drobne błędy;
	dst	Potrafi pobieżnie przeanalizować kontekst komunikacyjny i dopasować do niego adekwatny rodzaj korespondencji handlowej (urzędowej) popełniając poważne błędy;
	ndst	Nie potrafi przeanalizować kontekstu komunikacyjnego ani dopasować do niego adekwatnego rodzaju korespondencji handlowej (urzędowej);
04	bdb	Potrafi bezbłędnie sporządzić podstawowe rodzaje pism urzędowych, interpretować używane w korespondencji pojęcia; poprawnie zaprojektować papier firmowy z logo, danymi adresowymi
	db	Potrafi sporządzić podstawowe rodzaje pism urzędowych, interpretować używane w korespondencji pojęcia, zaprojektować papier firmowy z logo, danymi adresowymi popełniając drobne uchybienia
	dst	Potrafi sporządzić podstawowe rodzaje pism urzędowych, interpretować używane w korespondencji pojęcia, zaprojektować papier firmowy z logo, danymi adresowymi popełniając poważne uchybienia
	ndst	Nie potrafi bezbłędnie sporządzić podstawowych pism urzędowych, interpretować używanych w korespondencji pojęć; zaprojektować papieru firmowy z logo, danymi adresowymi
05	o.	Jest świadomy wagi korespondencji urzędowej jako głównego medium komunikacyjnego w kontaktach między firmami, a także między firmami a klientami końcowymi;
	no.	Nie jest świadomy wagi korespondencji urzędowej jako głównego medium komunikacyjnego w kontaktach między firmami, a także między firmami a klientami końcowymi
<b>28. Uwagi:</b>		

Zatwierdzono:

.....  
(data i podpis prowadzącego)

.....  
(data i podpis)