

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Raciborzu

KARTA PRZEDMIOTU

1. Nazwa przedmiotu:	Korespondencja służbowa i handlowa z tłumaczeniem specjalistycznym				
2. Kod przedmiotu:	JB-21				
3. Okres ważności karty:	2020-2023				
4. Forma kształcenia:	studia pierwszego stopnia				
5. Forma studiów:	studia stacjonarne				
6. Kierunek studiów:	Filologia (poziom komunikatywny / <u>podstawowy</u>)				
7. Profil studiów:	praktyczny				
8. Filologia:	filologia angielska / filologia germańska / filologia czeska / język angielski / <u>język niemiecki</u>				
9. Semestr:	4, 5				
10. Jedn. prowadz. przedmiot:	Instytut Neofilologii				
11. Prowadzący przedmiot:	dr Emilia Wojtczak				
12. Moduł kształcenia:	obowiązkowy / <u>do wyboru</u>				
13. Status przedmiotu:	obowiązkowy				
14. Język prowadzenia zajęć:	niemiecki/polski				
15. Przedmioty wprowadzające oraz wymagania wstępne:					
Znajomość standardowego języka niemieckiego w stopniu co najmniej podstawowym					
16. Cel przedmiotu:					
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 oraz wypracowanie umiejętności tłumaczenia tego typu tekstów. Celem kursu jest opanowanie przez studentów leksyki specjalistycznej związanej z prowadzeniem i tłumaczeniem korespondencji handlowej w języku niemieckim zarówno drogą tradycyjną, jak i elektroniczną, zapoznanie się ze stylem urzędowym oraz powtórzenie charakterystycznych dla stylu urzędowego konstrukcji gramatycznych.					
17. Efekty uczenia się					
Ozn.	Opis efektu uczenia się	Metody realizacji efektu	Metody weryfikacji zakładanego efektu	Forma prowadzenia zajęć	Odniesienie do efektów dla kierunku studiów
01	Student, który zaliczył przedmiot potrafi: - rozpoznać właściwy kontekst komunikacyjny i dopasować do niego odpowiedni rodzaj korespondencji w celu uzyskania konkretnego celu komunikacyjnego;	dyskusja w oparciu o literaturę przedmiotu; odpowiedzi ustne na zajęciach/ przygotowanie zadań domowych	ocena zaangażowania w dyskusji/ analiza i ocena odpowiedzi i zadań domowych	warsztaty	K_W13 (++)
02	- rozróżniać i zdefiniować najważniejsze rodzaje korespondencji urzędowej; wymienić i objaśnić najważniejsze słowa, zwroty i wyrażenia	odpowiedzi ustne na zajęciach/ przygotowanie zadań domowych przygotowanie do	ocena zaangażowania na zajęciach, weryfikacja i ocena	warsztaty	K_W14 (+)

	charakterystyczne dla korespondencji urzędowej;	testu /	odpowiedzi i kolokwium weryfikujące stopień przyswojenia wiedzy		
03	- przeanalizować kontekst komunikacyjny i dopasować do niego adekwatny rodzaj korespondencji handlowej (urzędowej);	odpowiedzi ustne na zajęciach / wykonywanie zadań praktycznych/ przygotowanie do testu	obserwacja i ocena umiejętności praktycznych studenta	warsztaty	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;	odpowiedzi na zajęciach / wykonywanie zadań praktycznych/ przygotowanie do testu	obserwacja i ocena umiejętności praktycznych studenta; weryfikacja i ocena zadań pisemnych; analiza i ocena testu	warsztaty	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.	dyskusja / odpowiedzi na zajęciach; przygotowanie do testu	obserwacja i opinia prowadzącego zajęcia; ocena z testu	warsztaty	K_K02 (++)
18. Formy i wymiar zajęć:		warsztaty (30 h + 30 h)			
19. Treści kształcenia:					
Zapytanie ofertowe, oferta, odpowiedź na ofertę, zamówienie/zlecenie, potwierdzenie zamówienia, monit / odpowiedź na monit, reklamacja / odpowiedź na reklamację, umowa kupna/sprzedaży, CV, list motywacyjny, umowa o pracę, sporządzanie protokołu, życzenia, gratulacje, zaproszenia, rezerwacje, wypełnianie formularzy (meldunkowy, ubezpieczeniowy) i ankiet, e-maile, umowa kupna-sprzedaży, ogólne warunki transportu, składowania itp. Gramatyka: rekcja czasownika, nominalizacja/werbalizacja wyrażen, strona bierna, tryb przypuszczający.					
20. Egzamin:		nie, za/o			
21. Literatura podstawowa:					
Bęza S., Kleinschmidt A. (2010), <i>Deutsch im Büro</i> , Warszawa. Hering A., Matussek H. (2006), <i>Geschäftskommunikation. Besser schreiben</i> , Ismaning. Kuźnik M., Rzepczyński S. (2005) <i>Jak pisać?</i> , Bielsko-Biała.					
21. Literatura uzupełniająca:					
Abegg B. (2002), <i>Korespondencja języka niemieckiego. Biznes, handel, administracja</i> , Warszawa. Dienst L., Koll R., Rabofski B. (2002): <i>Training Deutsch für den Beruf. Übungen mit Erläuterungen zum Wortschatz, zur Grammatik, zum Lesen, Hören und Schreiben</i> , Ismaning. Strony internetowe: www.wirtschaftsdeutsch.de ; www.schubert-verlag.de i in. Materiały własne.					
23. Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się:					
Lp.	Forma zajęć		Liczba godzin kontaktowych / pracy studenta		

1	warsztaty	60
2	Inne:	
	Suma godzin	60
24. Suma wszystkich godzin:		60
25. Liczba punktów ECTS:		2
26. Liczba punktów ECTS uzyskanych na zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego:		2
27. Liczba punktów ECTS uzyskanych w wyniku samodzielnej pracy studenta:		0
28. Kryteria oceniania:		
Efekt uczenia się	Ocena	Opis wymagań
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 wyrażeń 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.
29. Uwagi:		

Zatwierdzono:

.....
(data i podpis prowadzącego)

.....
(data i podpis)