

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH

KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

**JĘZYK NIEMIECKI W KONTAKTACH BIZNESOWYCH
I TURYSTYCZNYCH**

Jelenia Góra 2021

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW

Studia podyplomowe *język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych* mają charakter interdyscyplinarny i umiejscowione są na styku filologii germańskiej, wiedzy o turystyce i branży biznesowej. Program studiów w zakresie nauczania języka niemieckiego obejmuje takie przedmioty, jak: korespondencja handlowa, konwersacje oraz tłumaczenia pisemne i konsekutywne. Przedmioty w obszarze wiedzy o turystyce oraz biznesie poruszają zagadnienia dotyczące kreowania produktów turystycznych, kształtowania wysokich standardów obsługi klienta, zarządzania jakością w turystyce i przedsiębiorstwie, a także nowoczesnych technik i narzędzi promocji w środowisku offline i online. W zakresie tematycznym studiów znajdują się również treści dotyczące kultury krajów niemieckiego obszaru językowego oraz turystyki i rekreacji w tych krajach.

Cel studiów podyplomowych

Studia podyplomowe *język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych* wychodzą naprzeciw potrzebom regionalnego i lokalnego rynku w sektorach turystyki i szeroko rozumianego biznesu, które od pewnego czasu wskazują na niedostateczne przygotowanie pracowników w zakresie posługiwania się specjalistycznym językiem niemieckim. Studia mają na celu podwyższenie kwalifikacji zawodowych, poprzez doskonalenie kompetencji językowych umożliwiających funkcjonowanie w instytucjach związanych z biznesem i obsługą ruchu turystycznego, które współpracują z partnerami z krajów niemieckojęzycznych. Uzyskane kompetencje ułatwią samodzielne prowadzenie działalności w tym zakresie. Słuchacze zostaną zapoznani ze specjalistycznym słownictwem z zakresu biznesu i turystyki, co umożliwi im tworzenie oraz rozumienie typowych tekstów pisanych ze sfery biznesu i turystyki, aktywne branie udziału w negocjacjach oraz nawiązywanie kontaktów. Oprócz wiedzy i umiejętności językowych słuchacze nabędą kompetencje w zakresie gospodarki i kultury krajów niemieckojęzycznych oraz marketingu i PR.

Adresaci studiów podyplomowych

Studia podyplomowe *Język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych* skierowane są do:

- absolwentów studiów licencjackich i magisterskich, chcących poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności w zakresie języka biznesu krajów niemieckiego obszaru językowego oraz w turystyce;
- osób już pracujących w szeroko pojętej branży hotelarsko-turystycznej, które dzięki zdobyciu nowych kompetencji językowych i interkulturowych chciałyby awansować;
- osób prowadzących własną działalność hotelarsko-turystyczną lub agroturystyczną ukierunkowaną na niemieckojęzycznych klientów;
- pracowników izb gospodarczych, urzędów gminnych i powiatowych, realizujących wymianę gospodarczą, kulturalną, promujących działania w ramach współpracy z niemieckimi/austriackimi/szwajcarskimi miastami partnerskimi;
- pracowników filii niemieckich przedsiębiorstw już istniejących lub nowo otwierających się, zwłaszcza na Dolnym Śląsku, myślących o polepszeniu swojej perspektywy zawodowej;
- pracowników firm turystycznych, ośrodków wellness, parków rozrywki, biur podróży i biur turystycznych, chcący podnieść zarówno standardy swoich usług jak i kwalifikacje zawodowe.
- osób deklarujących znajomość języka niemieckiego na poziomie min. B1.

Zasady rekrutacji

Warunkiem dopuszczenia do postępowania rekrutacyjnego jest złożenie w terminie przez kandydata kompletu dokumentów tj.: podania na studia, kserokopii oryginału lub odpisu dyplomu ukończenia studiów (licencjackich, magisterskich) oraz oświadczenia dot. poziomu biegłości językowej kandydata na poziomie min. B1.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Podstawę prawną do opracowania efektów uczenia się na studiach podyplomowych *język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych* stanowią:

- Rozporządzenie MNiSW z dnia 14 listopada 2018 roku, w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji,
- Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dnia 20 lipca 2018 roku,
- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r. poz. 2153)

Matryca efektów uczenia się

Efekty Uczenia

Obszar kształcenia: nauki humanistyczne (H)

Kierunek: Filologia

Specjalność: Język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych

Forma studiów: studia podyplomowe

I. Wiedza i rozumienie

Symbol	Efekt uczenia dla kierunku studiów. Osoba posiadająca kwalifikacje I stopnia:	Odniesienie do efektów uczenia nauk humanistycznych
K_W01	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu filologii i nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowanie w praktyce i w pracy filologa o interkulturowych kompetencjach oraz potrafi określić obszary zastosowania swych filologicznych kwalifikacji w sferze działalności kulturalnej, politycznej, medialnej i biznesowej	P6S_WG
K_W02	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z kultury i wiedzy o języku. Rozumie znaczenie tej wiedzy dla praktycznego kształtowania działań instytucji i podmiotów gospodarczych współpracujących z partnerami z krajów niemieckojęzycznych	P6S_WG
K_W03	Zna podstawową terminologię właściwą dla kontaktów biznesowych i turystycznych oraz wie, jak z tej terminologii korzystać w działalności kulturalnej, ekonomicznej, medialnej i promocyjno-reklamowej o charakterze transgranicznym	P6S_WG
K_W04	Ma podstawową wiedzę o budowie i funkcjach systemu kultury i/lub mediów w krajach niemieckojęzycznych	P6S_WG/K
K_W05	Ma podstawową wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji prowadzących działalność biznesową, turystyczną, medialną i promocyjno-reklamową w krajach niemieckojęzycznych	P6S_WG/K
K_W06	Ma podstawową wiedzę o metodyce wykonywania zadań, normach, procedurach i dobrych praktykach stosowanych w instytucjach prowadzących działalność kulturalną i/lub medialną i/lub promocyjno-reklamową i/lub turystyczną w krajach niemieckojęzycznych	P6S_WG
K_W07	Ma podstawową wiedzę o mentalności i potrzebach odbiorców kultury i/lub mediów i/lub działań promocyjno-reklamowych w krajach niemieckojęzycznych oraz wie, jak te potrzeby diagnozować	P6S_WG/K
K_W08	Ma podstawową wiedzę o bezpieczeństwie i higienie	P6S_WK

	pracy w instytucjach związanych z kulturą, biznesem, turystyką i mediami w krajach niemieckojęzycznych	
K_W09	Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w Polsce oraz w Niemczech	P6S_WK

II. Umiejętności

Symbol	Efekt uczenia dla kierunku studiów. Osoba posiadająca kwalifikacje I stopnia:	Odniesienie do efektów uczenia dla obszaru nauk humanistycznych
K_U01	Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje w języku niemieckim przy użyciu różnych źródeł i sposobów, jak np. słowniki, leksykony, prasa, Internet, literatura fachowa, zgodnie z potrzebami wynikającymi z zastosowania języka w budowaniu i rozwijaniu współpracy transgranicznej w sferze kultury i/lub edukacji i/lub ekonomii	P6S_UW
K_U02	Umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać umiejętności związane ze stosowaniem języka niemieckiego w kulturze i/lub mediach i/lub ekonomii lub/i turystyce, a zwłaszcza w działaniach związanych ze współpracą z partnerami z krajów niemieckojęzycznych	P6S_UW
K_U03	Samodzielnie planuje i realizuje typowe zadania wymagające znajomości języka niemieckiego i kompetencji interkulturowej w transgranicznej działalności kulturalnej i/lub promocyjno-reklamowej i/lub turystycznej i/lub gospodarczej	P6S_UW
K_U04	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z kompetencją interkulturową w transgranicznej działalności kulturalnej i/lub medialnej i/lub turystycznej i/lub promocyjno-reklamowej i/lub gospodarczej	P6S_UW
K_U05	Posiada podstawowe umiejętności merytoryczne i językowe pozwalające analizować i rozpoznawać potrzeby odbiorców kultury i/lub mediów i/lub turystyki i/lub działań promocyjno-reklamowych w kontrastywnej perspektywie polsko-niemieckiej	P6S_UW
K_U06	Posiada podstawowe umiejętności merytoryczne i językowe pozwalające ocenić jakość usług w ramach współpracy transgranicznej w sferze kultury i/lub biznesu i/lub mediów i/lub reklamy i/lub turystyki	P6S_UW
K_U07	Potrafi w podstawowym zakresie rozumieć i stosować sformułowane w języku niemieckim i polskim przepisy prawa odnoszące się do transgranicznej działalności kulturalnej i/lub turystycznej i/lub biznesowej i/lub medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, i/lub prawa autorskiego oraz własności intelektualnej	P6S_UW

K_U08	Potrafi sporządzić w języku niemieckim wniosek o przyznanie środków na realizację projektu profesjonalnego związanego z wybraną sferą działalności kulturalnej i/lub biznesowej i/lub turystycznej i/lub medialnej i/lub promocyjno-reklamowej	P6S_UW
K_U09	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod, procedur, dobrych praktyk do realizacji zadań i rozwiązywania problemów wymagających kompetencji interkulturowej w transgranicznej działalności kulturalnej i/lub biznesowej i/lub medialnej i/lub turystycznej i/lub promocyjno-reklamowej	P6S_UW
K_U10	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania w języku niemieckim i rodzimym z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków na bazie kompetencji interkulturowych	P6S_UW
K_U11	Potrafi porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w kontaktach biznesowych i turystycznych w języku niemieckim i języku polskim, a jednocześnie potrafi wykorzystywać kompetencje interkulturowe	P6S_UW
K_U12	Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku rodzimym i niemieckim dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresu języka niemieckiego w kontaktach biznesowych i turystycznych i zagadnień pokrewnych	P6S_UW
K_U13	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku rodzimym i w języku niemieckim dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresu języka niemieckiego w kontaktach biznesowych i turystycznych oraz zagadnień pokrewnych	P6S_UW

III. Kompetencje społeczne

Symbol	Efekt uczenia. Osoba posiadająca kwalifikacje I stopnia:	Odniesienie do efektów uczenia dla obszaru nauk humanistycznych
K_K01	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, szczególnie w zakresie rozwijania i utrwalania kompetencji językowych i interkulturowych	P6S_KR
K_K02	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role i rozumiejąc różne koncepcje rozwiązań, jest tolerancyjny wobec innych i otwarty na obce wzorce kulturowe, potrafi oceniać siebie i innych	P6S_KR
K_K03	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania, zwłaszcza w zakresie działań związanych z funkcją pośrednika między tradycją polską a niemieckojęzyczną	P6S_KR
K_K04	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu polegającego na	P6S_KR

	ustawicznym przerzucaniu mostów między kulturą polską a obcą, między tradycją rodzimą a niemieckojęzyczną	
K_K05	Ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego kraju, Europy, a zwłaszcza wielokulturowego dziedzictwa Śląska	P6S_KR
K_K06	Uczestniczy w życiu kulturalnym, korzystając z różnych mediów i różnych jego form; śledzi aktualne życie kulturalne, polityczne i ekonomiczne krajów niemieckiego obszaru językowego	P6S_KR

SYLWETKA ABSOLWENTA

Słuchacze studiów podyplomowych *Język niemiecki w kontaktach biznesowych i turystycznych* rozwiną kompetencje interkulturowe dla niemieckiego obszaru językowego w odniesieniu do szeroko pojętego biznesu i turystyki. Będzie się to dokonywało poprzez doskonalenie umiejętności komunikacji w języku obcym w zakresie sprawności słuchania, mówienia, pisania i czytania, zagadnień tematycznie obejmujących działalność przedsiębiorstw, w tym turystycznych, usług transportowych, hotelowych, gastronomicznych czy reklamowych. Zostanie położony nacisk na poszerzenie słownictwa biznesowego, a zwłaszcza na prowadzenie korespondencji handlowej współczesnych dokumentów biznesowych w języku niemieckim, ich optymalizacja oraz uzyskanie umiejętności poruszania się po większych objętościowo dokumentach, rozumienie ich struktury oraz zastosowanie technik zwiększających czytelność tekstu. Nieodzowną umiejętnością proponowaną słuchaczom będzie translacja tekstów pisanych na język polski i obcy oraz poznanie i praktyczne stosowanie technik, strategii i metod tłumaczeniowych, a także umiejętność tłumaczenia ustnego, w szczególności przemówień, wystąpień, negocjacji, co przyczyni się do sprawnego poruszania się po niemieckojęzycznych rynkach pracy oraz do uczestnictwa w życiu gospodarczym niemieckiego obszaru językowego. Słuchacze zostaną zapoznani z wybranymi aspektami współczesnej kultury Niemiec, Austrii i Szwajcarii, poznają zwyczaje i kulturę biznesową przedsiębiorstw, a także uzyskają wiedzę na temat stanu i tendencji na rynkach turystyki i rekreacji w w/w krajach.

Słuchacze nabędą również tzw. kompetencje miękkie, czyli komunikatywność, umiejętność autoprezentacji, uważnego słuchania i radzenia sobie ze stresem, co znajdzie odzwierciedlenie w skutecznej organizacji pracy zespołowej, nawiązywaniu kontaktów i pielęgnowaniu ich w relacjach międzynarodowych. Przybliżenie problematyki polsko-niemieckich więzi

gospodarczych i kulturalnych, zwłaszcza w obszarach transgranicznych, będzie wpływać na realizowaną przez słuchaczy ideę budowania dobrosąsiedzkich stosunków między Polską a krajami niemieckojęzycznymi i intensyfikację ich wzajemnej współpracy.

KARTY PRZEDMIOTÓW

Karty przedmiotów (sylabusy) stanowią **Załącznik nr 1** do programu studiów.

PLAN STUDIÓW

Plan studiów stanowi **Załącznik nr 2** do programu studiów.