

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Funkcjonowanie przedsiębiorstw na rynku niemieckim, PG_00141027						
Kierunek studiów	Niemcoznawstwo (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	5		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Germańskiej -> Zakład Języka Niemieckiego i Translatoryki						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Izabela Kujawa				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		20.0	52
Cel przedmiotu	Celem zajec jest zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku niemieckim, a ponadto wypracowanie umiejetnosci aktywnego i skutecznego komunikowania sie z partnerem niemieckojezycznym przy uwzglednieniu czynnikow międzykulturowych oraz przedstawienie narzedzi z zakresu organizacji pracy w korporacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[NIEML3_W10] Zna i rozumie podstawowe zagadnienia związane z tworzeniem i rozwojem różnych form przedsiębiorczości	Zna i rozumie podstawowe zagadnienia związane z tworzeniem i rozwojem różnych form przedsiębiorczości w Niemczech	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[NIEML3_W09] Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w obszarze stosunków polsko-niemieckich	Samodzielnie planuje i realizuje działania prowadzące do stałego poszerzania zasobu posiadanej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[NIEML3_K06] Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych	[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[NIEML3_W01] Ma wiedzę o miejscu i znaczeniu dyscyplin naukowych tworzących kierunek niemcoznawstwo w systemie nauk, ich specyfice przedmiotowej, metodologicznej i terminologicznej, a także o wzajemnych relacjach tych nauk	Ma wiedzę o miejscu i znaczeniu dyscyplin naukowych tworzących kierunek niemcoznawstwo w systemie nauk, ich specyfice przedmiotowej, metodologicznej i terminologicznej, a także o wzajemnych relacjach tych nauk (zna podstawowe zasady funkcjonowania gospodarki niemieckiej)	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[NIEML3_W08] Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	posiada wiedzę o wymogach formalno-prawnych obowiązujących przy rejestracji przedsiębiorstw na rynku niemieckim	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[NIEML3_U09] Samodzielnie planuje i realizuje działania prowadzące do stałego poszerzania zasobu posiadanej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego	Samodzielnie planuje i realizuje działania prowadzące do stałego poszerzania zasobu posiadanej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[NIEML3_K04] Jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; myśli i działa w sposób przedsiębiorczy; odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych	Jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; myśli i działa w sposób przedsiębiorczy; odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[NIEML3_K01] Krytycznie ocenia posiadaną wiedzę, wykazuje gotowość do jej stałego poszerzania oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	Krytycznie ocenia posiadaną wiedzę, wykazuje gotowość do jej stałego poszerzania oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	Wprowadzenie do niemieckiego rynku gospodarczego: • Struktura gospodarki Niemiec. • Główne sektory przemysłowe i usługowe. • Rola małych i średnich przedsiębiorstw (Mittelstand). Zarządzanie przedsiębiorstwem: • Struktura organizacyjna niemieckich firm. • Modele zarządzania i style przywództwa. • Planowanie strategiczne i operacyjne. Kultura biznesowa i etyka zawodowa: • Niemiecka kultura pracy i jej specyfika. Komunikacja biznesowa i protokół spotkań. Marketing i sprzedaż: • Strategie marketingowe na niemieckim rynku. • Zachowania konsumenckie i analiza rynku. Specjalistyczny język niemiecki biznesowy: • Terminologia z zakresu zarządzania, marketingu, finansów i prawa. • Pisanie biznesowych dokumentów: raporty, oferty, korespondencja handlowa. • Symulacje negocjacji, prezentacje i spotkania biznesowe w języku niemieckim.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	ocena projektu: merytoryczna - 50% + prezentacja projektu - 50%	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Literatura wykorzystywana podczas zajęć: · Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2007. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2010. Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett · Frindte W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim. · Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext · Levy-Hillierich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf für alle Sprachen: B1-B2 Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag · Wergen J., Worner A., 2013. PONS Bürokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Übungen für jeden geschäftlichen Anlass. Pons GmbH. Stuttgart · Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck do samodzielnego studiowania przez studenta: Buscha A., Linthout G. Geschäftskommunikation Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag Dregger, H., Dregger, P. 1998. Polsko-niemiecki i niemiecko-polski słownik handlowo-finansowy. Warszawa: Poltex Hering A., Matussek M. Geschäftskommunikation Besser schreiben: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag Kienzler, I. 2000. Słownik prawniczo-handlowy niemiecko-polski i polsko-niemiecki. Janki k. Warszawy: AW Morex. Kilian A. 2002. Słownik języka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck. Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nützliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett E. Gostomski, Gospodarka współczesnych Niemiec, Bil I., Gospodarka Niemiec a kraje Europy Środkowej i Wschodniej, Warszawa 2006. Małachowski W., Gospodarka Niemiec współczesnych, Warszawa 2001. Empter S., Vehrkamp R. B., Wirtschaftsstandort Deutschland, Wiesbaden 2006.
	Uzupełniająca lista lektur	Literatura wykorzystywana podczas zajęć: · Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2007. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2010. Erfolgreich in der geschäftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett · Frindte W. 2001. Einführung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim. · Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training für polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext · Levy-Hillierich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf für alle Sprachen: B1-B2 Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag · Wergen J., Worner A., 2013. PONS Bürokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Übungen für jeden geschäftlichen Anlass. Pons GmbH. Stuttgart · Kafka, W., Majakiewicz, A., Ziemska, J., Zubik, K. 2008. Aktuelles zu Wirtschaft und Politik. Warszawa: C. H. Beck do samodzielnego studiowania przez studenta: Buscha A., Linthout G. Geschäftskommunikation Verhandlungssprache: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag Dregger, H., Dregger, P. 1998. Polsko-niemiecki i niemiecko-polski słownik handlowo-finansowy. Warszawa: Poltex Hering A., Matussek M. Geschäftskommunikation Besser schreiben: Deutsch als Fremdsprache. Hueber Verlag Kienzler, I. 2000. Słownik prawniczo-handlowy niemiecko-polski i polsko-niemiecki. Janki k. Warszawy: AW Morex. Kilian A. 2002. Słownik języka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck. Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nützliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett E. Gostomski, Gospodarka współczesnych Niemiec, Bil I., Gospodarka Niemiec a kraje Europy Środkowej i Wschodniej, Warszawa 2006. Małachowski W., Gospodarka Niemiec współczesnych, Warszawa 2001. Empter S., Vehrkamp R. B., Wirtschaftsstandort Deutschland, Wiesbaden 2006.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	• Zorganizuj i przeprowadź symulację spotkania biznesowego, w której uczestnicy będą musieli przestrzegać niemieckich norm komunikacji biznesowej i protokołu spotkań. Po zakończeniu symulacji, napisz raport (1500 słów), w którym opisziesz przebieg spotkania, zaobserwowane zachowania oraz strategie marketingowe, które były omawiane. Analizuj, jak niemiecka kultura biznesowa wpływa na podejmowanie decyzji marketingowych i zachowania konsumenckie na rynku. • Przygotuj prezentację na temat struktury gospodarki Niemiec. Uwzględnij główne sektory przemysłowe i usługowe oraz rolę małych i średnich przedsiębiorstw (Mittelstand). W prezentacji przedstaw kluczowe informacje i dane statystyczne. Zaprezentuj swoje wnioski na zajęciach.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.