Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Gospodarka krajów niemieckojęzycznych II (ćw. audytoryjne), PG_00188860		
Kierunek studiów	Filologia germańska (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 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 z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	niemiecki niemiecki 80% polski 20%
Semestr studiów	4	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	0.0	30.0	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	18.0	50

Cel przedmiotu	
	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi gospodarki krajów niemieckiego obszaru językowego: Niemiec, Austrii, Szwajcarii i Księstwa Lichtenstein oraz poznanie specjalistycznego słownictwa z zakresu gospodarki/ekonomii, a także doskonalenie znajomosci specjalistycznego jezyka niemieckiego przy uwzględnieniu ćwiczenia wszystkich kompetencji językowych, tj. rozumienia, mowienia i pisania.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[FGL3_U03] Potrafi korzystać z wiedzy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych, przydatnej w pracy filologa germanisty	Potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu nauk humanistycznych i społecznych do analizy wybranych zjawisk, procesów i problemów gospodarczych w krajach niemieckojęzycznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
[FGL3_U09] Potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz zespołową, współdziałając z innymi osobami w ramach realizacji zadań i projektów, także o charakterze interdyscyplinarnym	Potrafi planować i organizować pracę indywidualną i zespołową przy realizacji bardziej złożonych zadań i projektów dotyczących gospodarki krajów niemieckojęzycznych, wykorzystując wiedzę z różnych obszarów nauk humanistycznych i społecznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[FGL3_W08] Zna i rozumie wybrane zagadnienia i terminologię z zakresu nauk humanistycznych i społecznych, przydatną w pracy filologa germanisty, wspomagającą zrozumienie procesów zachodzących w języku, historii, realiach i kulturze krajów niemieckojęzycznych	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane zagadnienia, pojęcia i terminologię z zakresu gospodarki i nauk społecznych oraz potrafi odnieść je do współczesnych procesów gospodarczych i społeczno-ekonomicznych zachodzących w krajach niemieckojęzycznych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja

Treści przedmiotu

Zajęcia koncentrują się na wybranych zagadnieniach gospodarczych krajów niemieckojęzycznych (Niemcy, Austria, Szwajcaria, Liechtenstein), ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania systemów ekonomicznych, marketingu i reklamy. Istotnym elementem kursu jest również rozwijanie kompetencji językowych poprzez pracę z niemieckojęzycznymi tekstami specjalistycznymi. W ramach zajęć omawiane są:

- wybrane modele i systemy gospodarcze funkcjonujące w krajach niemieckojęzycznych oraz ich wpływ na życie społeczne i rynek;
- podstawowe pojęcia i terminologia z zakresu gospodarki, marketingu i reklamy;
- niemieckojęzyczne teksty ekonomiczne i marketingowe, analizowane pod względem treści, słownictwa specjalistycznego, struktur językowych i sposobów prezentowania informacji;
- podstawowe strategie marketingowe, w tym badanie rynku, budowanie marki, określanie grup docelowych i sposoby komunikowania oferty;
- język reklamy i marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem środków perswazji, metafor, sloganów, idiomów oraz sposobów oddziaływania na odbiorcę;
- wybrane kampanie reklamowe i strategie komunikacyjne przedsiębiorstw z krajów niemieckojęzycznych;
- kulturowe i językowe uwarunkowania komunikacji gospodarczej, marketingowej i reklamowej oraz różnice występujące między poszczególnymi krajami niemieckojęzycznymi;
- praktyczne zastosowanie języka specjalistycznego w analizie i interpretacji tekstów dotyczących gospodarki, marketingu i reklamy.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Wybór specjalności biznesowo-gospodarczej

Znajomość języka niemieckiego umożliwiająca osiągnięcie założonych efektów uczenia się.

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
testy pisemne	0.0%	30.0%
pracy zaliczeniowej (projekt lub prezentacja)	0.0%	40.0%
wypowiedzi ustne, praca w grupach	51.0%	30.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

- Kujawa, I. (2020) (red.): Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein Leitfaden mit ausgewählten Themen für die Praxis, Gdańsk.
- Empter S., Robert B. Vehrkamp Wirtschaftsstandort Deutschland, VS Verlag, Wiesbaden 2006.
- Gostomski E. Gospodarka Niemiec. WUG 2012.
- Kirk Ch., Wirtschaftsstandort Deutschland - Chancen und Perspektiven eines Landes, 2009.
- https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/de/rubriken/staat-politik.
- Beza, S. (2016): Blickpunkt Wirtschaft. Warszawa: Poltext.
- Baberadova, H. (2008): Jezyk niemiecki w ekonomii. Zbior tekstow i cwiczen. Fachsprache Deutsch Finanzen. Kommunikation rund ums Geld. Poznan: Lektor Klett.

Ponadto: niemieckie teksty prasowe (w tym gazety specjalistyczne) oraz materiały audiowizualne z zakresu ekonomii, gospodarki, prawa, polityki i administracji.

	Uzupełniająca lista lektur	• Niemieckie teksty prasowe (w tym gazety specjalistyczne) oraz materiały audiowizualne z zakresu ekonomii, gospodarki, prawa, polityki i administracji (publikacje dotyczace zagadnien realizowanych na zajeciach). Wykaz literatury jest każdorazowo aktualizowany przez prowadzącego.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Przygotuj prezentację (10-15 minut) w języku niemieckim, w której omówisz koniunkturę gospodarczą wybranego kraju. Prezentacja powinna obejmować krótkie wprowadzenie do sytuacji gospodarczej kraju, analizę cykli koniunkturalnych oraz omówienie inflacji i jej wpływu na gospodarkę.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.