Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Funkcjonowanie przedsiębiorstw na rynku niemieckim, PG_00200551		
Kierunek studiów	Niemcoznawstwo (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2028/2029
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	18.0	50

Cel przedmiotu

Celem zajec jest zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami z zakresu funkcjonowania przedsiebiorstw na rynku niemieckim, a ponadto wypracowanie umiejetnosci aktywnego i skutecznego komunikowania sie z partnerem niemieckojezycznym przy uwzglednieniu czynnikow miedzykulturowych oraz przedstawienie narzedzi z zakresu organizacji pracy w korporacji.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[NIEML3_W09] Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w obszarze stosunków polsko-niemieckich i historii oraz kluczowe dylematy współczesnej cywilizacji związane z funkcjonowaniem społeczeństw europejskich.	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/ dyskusja
	[NIEML3_W10] Zna i rozumie 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/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[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/ dyskusja [SK5] realizacja zadania problemowego
	[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/ dyskusja [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[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/ dyskusja
	[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/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[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/ dyskusja
	[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

Treści przedmiotu	Wprowadzenie do niemieckiego rynku gospodarczego: • Struktura gospodarki Niemiec. • Głowne sektory przemysłowe i usługowe. • Rola małych i srednich przedsiebiorstw (Mittelstand). Zarzadzanie przedsiebiorstwem: • Struktura organizacyjna niemieckich firm. • Modele zarzadzania i style przywodztwa. • Planowanie strategiczne i operacyjne. Kultura biznesowa i etyka zawodowa: • Niemiecka kultura pracy i jej specyfika. • Komunikacja biznesowa i protokoł spotkan. Marketing i sprzedaz: • Strategie marketingowe na niemieckim rynku. • Zachowania konsumenckie i analiza rynku. Specjalistyczny jezyk niemiecki biznesowy: • Terminologia z zakresu zarzadzania, marketingu, finansow i prawa. • Pisanie biznesowych dokumentow: raporty, oferty, korespondencja handlowa. • Symulacje negocjacji, prezentacje i spotkania biznesowe w jezyku niemieckim.
Wymagania wstępne i dodatkowe	brak
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
ocena projektu: merytoryczna - 50% + prezentacja projektu - 50%	51.0%	100.0%

<table>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>Literatura wykorzystywana podczas zajec: · Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprachen im Buro. 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 geschaftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett · Frindte W. 2001. Einfuhrung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim. · Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training fur polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext · Levy-Hillerich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf fur alle Sprachen: B1-B2 Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag · Wergen J., Worner A., 2013. PONS Burokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Ubungen fur jeden geschaftlichen 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. Geschaftskommunikation 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. Geschaftskommunikation 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 jezyka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck. Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nutzliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett E. Gostomski, Gospodarka wspołczesnych Niemiec, Bil I., Gospodarka Niemiec a kraje Europy Srodkowej i Wschodniej, Warszawa 2006. Małachowski W., Gospodarka Niemiec wspołczesnych, Warszawa 2001. Empter S., Vehrkamp R. B., Wirtschaftsstandort Deutschland, Wiesbaden 2006.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>Literatura wykorzystywana podczas zajec: · Eismann V. 2006. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprachen im Buro. 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 geschaftlichen Korrespondenz. Training berufliche Kommunikation. Berlin: Cornelsen Verlag · Eismann V. 2013. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Verlag Lektorklett · Frindte W. 2001. Einfuhrung in die Kommunikationspsychologie. Weinheim. · Kiefer K.-H. 2013. Der letzte Schliff. Intensiv-Training fur polnische Deutschlerner in Studium und Beruf. Warszawa: Wydawnictwo Poltext · Levy-Hillerich D., Feams A., 2009. Kommunikation im Beruf fur alle Sprachen: B1-B2 Kommunikation in der Wirtschaft. Cornelsen Verlag · Wergen J., Worner A., 2013. PONS Burokommunikation Deutsch: Musterbriefe, Textbausteine und Ubungen fur jeden geschaftlichen 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. Geschaftskommunikation 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. Geschaftskommunikation 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 jezyka prawniczego i ekonomicznego polsko-niemiecki i polsko-niemiecki. Warszawa: C. H. Beck. Rohrer, H.-H. 2008. Kommunizieren im Beruf: 1000 nutzliche Redewendungen. Lehr- und Arbeitsbuch. Verlag Lektorklett E. Gostomski, Gospodarka wspołczesnych Niemiec, Bil I., Gospodarka Niemiec a kraje Europy Srodkowej i Wschodniej, Warszawa 2006. Małachowski W., Gospodarka Niemiec wspołczesnych, Warszawa 2001. Empter S., Vehrkamp R. B., Wirtschaftsstandort Deutschland, Wiesbaden 2006.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2">• Zorganizuj i przeprowadz symulacje spotkania biznesowego, w ktorej uczestnicy beda musieli przestrzegac niemieckich norm komunikacji biznesowej i protokołu spotkan. Po zakonczeniu symulacji, napisz raport (1500 słow), w ktorym opiszesz przebieg spotkania, zaobserwowane zachowania oraz strategie marketingowe, ktore były omawiane. Analizuj, jak niemiecka kultura biznesowa wpływa na podejmowanie decyzji marketingowych i zachowania konsumenckie na rynku.
• Przygotuj prezentacje na temat struktury gospodarki Niemiec. Uwzglednij głowne sektory przemysłowe i usługowe oraz role małych i srednich przedsiebiorstw (Mittelstand). W prezentacji przedstaw kluczowe informacje i dane statystyczne. Zaprezentuj swoje wnioski na zajeciach.</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.