



Akademia
Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

WIEDZA I KREATYWNOŚĆ TO TWÓJ SUKCES



UCZELNIA LIDERÓW

FILOLOGIA POLSKA

stacjonarne, niestacjonarne, on-line

I i II stopnia

specjalności

- architektura informacji
- architektura informacji i e-marketing
- komunikacja kreatywna i public relations
- reklama i komunikacja kreatywna

www.ahe.lodz.pl

KREATYWNOSĆ TO NAJWYŻSZA FORMA MYŚLENIA.

**KREATYWNIE ZARZĄDZAJ INFORMACJĄ,
A ZDOBEDZIESZ ZAWÓD PRZYSZŁOŚCI.**



CO MUSISZ O NAS WIEDZIEĆ?

- ❖ KONCEPCJA KSZTAŁCENIA, CZYLI CO NAS WYRÓŻNIA?
- ❖ STRATEGICZNY PARTNER MERYTORYCZNY
- ❖ CO OFERUJEMY?
- ❖ KREATYWNE SPECJALNOŚCI – OPIS
- ❖ EKSPERCI MERYTORYCZNI – SYLWETKI OPIEKUNÓW SPECJALNOŚCI
- ❖ KADRA NAUKOWO-DYDAKTYCZNA
- ❖ INTERESARIUSZE ZEWNĘTRZNI – PATRONATY
- ❖ ŚCIEŻKA ROZWOJU KREATYWNEGO
- ❖ PRZYKŁADOWE PROJEKTY STUDENCKIE
- ❖ „TWARZE SUKCESU” – SYLWETKI STUDENTÓW
- ❖ DLACZEGO WARTO? – PODSUMOWANIE



KONCEPCJA KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU FILOLOGIA POLSKA

FILOLOGIA POLSKA 3.0

- KONCEPCJA KIERUNKU OPIERA SIĘ NA **NOWOCZESNYM, UNIKATOWYM PROGRAMIE STUDIÓW I SPECJALNOŚCI** PRZYGOTOWUJĄCYM FILOLOGÓW DO AKTYWNEJ PRACY NA RYNKU NOWYCH MEDIÓW I W PRZEMYŚLE NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII INFORMATYCZNYCH.
- KIERUNEK JEST ODPOWIEDZIĄ NA DYNAMICZNIE ROZWIJAJĄCY RYNEK USŁUG PRZEMYSŁU KREATYWNEJ KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ; WPISUJE SIĘ W **STRATEGIĘ ROZWOJU ŁÓDZKIEGO SEKTORA KREATYWNEGO.**

- KONCEPCJA KSZTAŁCENIA SPECJALNOŚCIOWEGO NA KIERUNKU POWSTAŁA NA POTRZEBY LOKALNEGO RYNKU BRANŻY MARKETINGU INTERNETOWEGO I JEST REALIZOWANA WE WSPÓŁPRACY MERYTORYCZNEJ Z FIRMĄ **BLURERANK – ŚWIATOWYM LIDEREM NA RYNKU USŁUG NOWOCZESNEGO MARKETINGU ONLINE.**
- STRATEGICZNYM CELEM KONCEPCJI KSZTAŁCENIA FILOLOGÓW W MODELU 3.0 JEST PRZYGOTOWANIE ICH DO PRACY ZAWODOWEJ POPRZECZ REALIZACJĘ, POD OPIEKĄ EKSPERTÓW Z FIRMY BLUERANK, PROJEKTÓW Z ZAKREŚU **SEO, SEM, PR I CONTENT MARKETINGU ORAZ WYKORZYSTYWANIA ZAAWANSOWANEJ ANALITYKI INTERNETOWEJ W BADANIU POTRZEB KONSUMENTÓW I UŻYTKOWNIKÓW SIECI.**



CO NAS WYRÓŻNIA?

FILOLOGIA POLSKA 3.0 W MODELU KREATYWNYM

- NIE POWIELAMY TRADYCYJNEGO, AKADEMICKIEGO MODELU KSZTAŁCENIA FILOLOGÓW.
- NIE KSZTAŁCIMY DLA PRZESZŁOŚCI, ALE DLA PRZYSZŁOŚCI; KSZTAŁCIMY INTERDYSCYPLINARNIE.
- ROZWIJAMY KREATYWNY POTENCJAŁ OSOBOWOŚCIOWY STUDENTÓW, KTÓRZY DZIĘKI TRENINGOM KOMPETENCJI PERSONALNYCH, PROJEKTOM I WARSZTOM, SZYBCIEJ NAZYWAJĄ PROBLEMY, JAKIE STAWIA PRZED NIMI NOWOCZESNY RYNEK OBIEGU INFORMACJI, OSIĄGAJĄ PONADSTANDARDOWE EFEKTY W ROZWIĄZYWANIU PROBLEMÓW, STAJĄ SIĘ KONKURENCYJNI NA RYNKU PRACY.

FILOLOGIA POLSKA 3.0 W MODELU KREATYWNYM

- NIE UCZYMY WSZYSTKIEGO, CO STANDARDOWO KOJARZY SIĘ Z WYKSZTAŁCENIEM POLONISTY, ALE KONCENTUJEMY SIĘ NA **PRAKTYCZNYCH KOMPETENCJACH JĘZYKOWYCH POTRZEBNYCH DO PROJEKTOWANIA KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ ORAZ TWORZENIA TEKSTÓW DLA NOWYCH MEDIÓW.**
- STUDIA PRZYGOTOWUJĄ DO PRAKTYCZNEGO STOSOWANIA NOWOCZESNEGO **JĘZYKA REKLAMY**, BUDOWANIA NOWYCH ZNACZEŃ W ŚRODOWISKU DIGITALNYM, NAJNOWSZYCH **TECHNOLOGII ARCHITEKTURY PUBLIKACJI I PRODUKCJI WYDAWNICTW ELEKTRONICZNYCH**, ORAZ KREATYWNEJ KOMUNIKACJI E-MARKETINGOWEJ I WIZERUNKOWEJ.

FILOLOGIA POLSKA 3.0 W MODELU KREATYWNYM

- NIE PRZEKAZUJEMY WYŁĄCZNIE WIEDZY, ALE POKAZUJEMY JAK TĘ WIEDZĘ ZDOBYĆ I WYKORZYSTAĆ W PRAKTYCE, TJ.:
- JAK ZA POMOCĄ **KRÓTKICH KOMUNIKATÓW I CELNYCH KONSTRUKCJI JĘZYKOWYCH** EFEKTYWNE ZARZĄDZAĆ POTRZEBAMI KONSUMENTÓW W SERWISACH I PORTALACH INTERNETOWYCH, ABY OSIĄGNĄĆ OKREŚLONY CEL BIZNESOWY, PROMOCYJNY, KULTUROWY;
- JAK **PISAĆ, BY SPEŁNIAĆ OCZEKIWANIA KLIENTÓW**; JAK MÓWIĆ DO RÓŻNYCH UŻYTKOWNIKÓW SIECI ICH JĘZYKIEM; JAK BUDOWAĆ **HIERARCHIĘ KOMUNIKATÓW W WYSZUKIWARKACH INTERNETOWYCH**;
- JAK WYKORZYSTAĆ NAJNOWSZE **NARZĘDZIA INFOBROKERINGU**;
- JAK WYPROMOWAĆ I WPROWADZIĆ NA RYNEK **ORYGINALNY PRZEKAZ INTERAKTYWNY**, SŁUŻĄCY SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY PRODUKTÓW I USŁUG;
- JAK PLANOWAĆ I **PROWADZIĆ KAMPAINIĘ PROMOCYJNO-MARKETINGOWĄ**;
- JAK TWORZYĆ I ORGANIZOWAĆ ZESPÓŁ BADAWCZO-PROJEKTOWY;
- W JAKI SPOSÓB POZYSKIWAĆ ŚRODKI NA PROMOCJĘ I REALIZACJĘ INNOWACYJNYCH PROJEKTÓW.



**STRATEGICZNY PARTNER
MERYTORYCZNY
KIERUNKU FILOLOGIA
POLSKA**

OD PONAD 10 LAT Z SUKCESAMI REALIZUJE MIĘDZYNARODOWE PROJEKTY DLA ŚWIATOWYCH MAREK I NAJWIĘKSZYCH KORPORACJI. EKSPERCI BLUERANK SĄ AUTORAMI SUKCESÓW MARKETINGOWYCH TAKICH MAREK JAK: ROSSMANN, KAZAR, LEROY MERLIN, PRAKTIKER, JEAN LOUIS DAVID, MBANK, RAINBOW TOURS, MEDIA EXPERT, PANORAMA FIRM, MENNICA POLSKA. BLUERANK JEST OFICJALNYM PARTNEREM FIRMY GOOGLE.

NA KIERUNKU FILOLOGIA POLSKA SPECJALIŚCI Z BLUERANK:

- WSPÓŁTWORZĄ KONCEPCJĘ KIERUNKU I SPECJALNOŚCI,
- PROWADZĄ ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE,
- UMOŻLIWIAJĄ REALIZACJĘ PRAKTYK I PŁATNYCH STAŻY DLA STUDENTÓW,
- KOORDYNUJĄ REALIZACJĘ NOWATORSKICH PROJEKTÓW SPECJALNOŚCIOWYCH Z ZAKRESU: COPYWRITINGU INTERNETOWEGO, PERFORMANCE MARKETINGU, POZYCJONOWANIA SEO, STRATEGII SEM, WEB ANALITICS.

POD OPIEKĄ MERYTORYCZNĄ PRAKTYKÓW STUDENCI KIERUNKU ZDOBYWAJĄ KONKRETNE DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE, WSPÓŁTWORZĄC KAMPANIE REKLAMOWE DLA NAJLEPSZYCH ŚWIATOWYCH MAREK.

FILOLOGIA POLSKA CO OFERUJEMY?

- NOWOCZESNY PROGRAM STUDIÓW OPARTY NA OPINIACH EKSPERTÓW ORAZ ZGODNY Z POTRZEBAMI PRACODAWCÓW.
- MOŻLIWOŚĆ WSPÓŁPRACY Z INSTYTUCJAMI, FIRMAMI I PRZEDSIĘBIORSTWAMI ORAZ SERWISAMI I PORTALAMI INTERNETOWYMI W REALIZACJI KREATYWNYCH PROJEKTÓW STUDENCKICH, WŁAŚCIWYCH DLA WYBRANEJ SPECJALNOŚCI.
- INKUBATOR AHE – STUDENCI I ABSOLWENCI OTRZYMAJĄ MIEJSCE DLA SVOJEJ DZIAŁALNOŚCI I POMOC W PROWADZENIU FIRMY.
- PRAKTYKI I PŁATNE STAŻE U NASZYCH PARTNERÓW – UDZIAŁ W PROJEKTACH STAŻOWYCH.
- DODATKOWE PRZEDMIOTY I WARSZTATY WZBOGACAJĄCE DOŚWIADCZENIE I UMIEJĘTNOŚCI STUDENTÓW.
- PRAWO DOKTORYZOWANIA SIĘ W ZAKRESIE JĘZYKOZNAWSTWA.
- DOSTĘP DO NOWOCZESNYCH METOD I NARZĘDZI KSZTAŁCENIA ON-LINE (NP. WEBINARIA).
- MOŻLIWOŚĆ STUDIOWANIA ZA GRANICĄ – UDZIAŁ W REALIZACJI MIĘDZYNARODOWYCH PROJEKTÓW Z ZAKRESU E-MARKETINGU ORAZ INNYCH PROJEKTÓW BADAWCZYCH I EDUKACYJNYCH PROWADZONYCH W RAMACH PROGRAMU ERASMUS +.

SPECJALNOŚCI **NA KIERUNKU FILOLOGIA POLSKA**

STUDIA I STOPNIA

- **REKLAMA I KOMUNIKACJA
KREATYWNA**
- **ARCHITEKTURA INFORMACJI**

STUDIA II STOPNIA

- **KOMUNIKACJA KREATYWNA
I PUBLIC RELATIONS**
- **ARCHITEKTURA INFORMACJI I E-
MARKETING**

REKLAMA I KOMUNIKACJA KREATYWNA

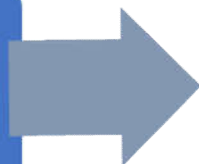
SPECJALNOŚĆ:

- ROZWIJA PRAKTYCZNE KOMPETENCJE WARSZTATU ZAWODOWEGO COPYWRITERÓW ORAZ SPECJALISTÓW DS. MARKETINGU INTERNETOWEGO I SPRZEDAŻY ONLINE;
- UMOŻLIWIA REALIZACJĘ WŁASNEGO PROJEKTU KAMPAanii REKLAMOWEJ;
- UCZY TECHNIK KREATYWNEGO MARKETINGU;
- POZWALA REALIZOWAĆ PROJEKTY Z ZAKRESU CONTENT MARKETINGU;
- DOSTARCZA PRAKTYCZNYCH UMIEJĘTNOŚCI W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA ZESPOŁEM PROJEKTOWYM I AGENCJĄ REKLAMOWĄ.



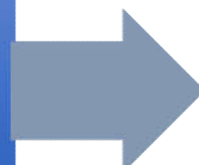
REKLAMA I KOMUNIKACJA KREATYWNA

Student potrafi stosować wiedzę z zakresu prawa i etyki reklamy;
umie realizować projekty z zakresu socjotechniki reklamy



Psychologia zachowań konsumenckich/
Psychologia marketingu i reklamy
Neuromarketing i socjotechnika reklamy

Student umie realizować projekty z zakresu języka reklamy, opisu produktów i kreatywnej komunikacji marketingowej



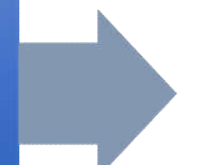
Retoryka reklamowa/ Semiotyka reklamy
Warsztat copywritera/Kreatywna komunikacja marketingowa
Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna

Student umie realizować projekty w zakresie tworzenia kreatywnych tekstów interaktywnych i komunikatów intermedialnych



Webwriting/Creative writing
Grafika komputerowa i fotografia w reklamie
Produkcja i realizacja filmów reklamowych

Student umie realizować projekty w zakresie praktyk marketingowych, kreowania wizerunku firmy oraz planowania i analizy kampanii reklamowych



Pragmatyka reklamy i performance marketing
Kreowanie wizerunku firmy/
Niestandardowe formy promocji
Planowanie i analiza kampanii

ABSOLWENT MOŻE ZNALEŹĆ PRACĘ JAKO:

- PRACOWNIK DZIAŁU MARKETINGU I REKLAMY W INSTYTUCJACH KULTURY, NAUKI I EDUKACJI, MEDIACH TRADYCYJNYCH I ELEKTRONICZNYCH;
- SPECJALISTA DS. MARKETINGU INTERNETOWEGO, PROMOCJI I REKLAMY W FIRMACH ORAZ PRZEDSIĘBIORSTWACH PUBLICZNYCH I PRYWATNYCH;
- COPYWRITER;
- NIEZALEŻNY BLOGER;
- PROJEKTANT KAMPAII REKLAMOWYCH;
- SPECJALISTA DS. PROMOCJI W AGENCJACH EVENTOWYCH I AMBIENTOWYCH;
- SPECJALISTA DS. SPRZEDAŻY ON-LINE;
- MENEDŻER AGENCJI REKLAMOWEJ.

ARCHITEKTURA INFORMACJI

SPECJALNOŚĆ:

- POZWALA ZDOBYĆ WIEDZĘ, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJE W ZAKRESIE WYKORZYSTYWANIA NOWOCZESNEJ TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNEJ W NAUCE, GOSPODARCE, ADMINISTRACJI, KULTURZE, EDUKACJI, MEDIACH;
- STWARZA PRAKTYCZNE MOŻLIWOŚCI REALIZOWANIA I WDROŻENIA KREATYWNYCH PROJEKTÓW Z ZAKRESU EDYTORSTWA ELEKTRONICZNEGO, ARCHIWISTYKI CYFROWEJ, A TAKŻE PROJEKTOWANIA ORAZ OPRACOWYWANIA SYSTEMÓW WYSZUKIWAWCZYCH;
- PRZYGOTOWUJE DO TWORZENIA STRON WWW, TESTOWANIA FUNKCJONALNOŚCI SYSTEMÓW INFORMACYJNYCH ORAZ BADANIA ICH UŻYTKOWNIKÓW.



TYLKO U NAS!

**ARCHITEKTURA
INFORMACJI**

na kierunku Filologia polska



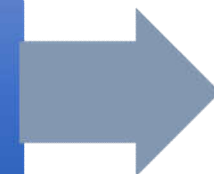
ARCHITEKTURA INFORMACJI

Student umie zrealizować projekty w zakresie tworzenia, analizowania i kreatywnego wykorzystywania tekstów multimedialnych



Tworzenie tekstów multimedialnych/Webdesign
Podstawy cyberlingwistyki/ Analiza semantyczna i kontekstowa komunikatów internetowych

Student umie realizować projekty w zakresie produkcji publikacji interaktywnych i elektronicznych



Architektura publikacji
Podstawy produkcji wydawnictw elektronicznych

Student
umie realizować projekty w zakresie przetwarzania i archiwizacji dokumentów cyfrowych



Digitalizacja i archiwizacja zbiorów
Technologie przetwarzania dokumentów cyfrowych

Student
umie realizować projekty w zakresie projektowania stron internetowych i zarządzania informacjami



Strategie pozyskiwania i projektowania informacji
Podstawy projektowania stron internetowych
Badanie i ocena użytkowników Sieci

ABSOLWENT MOŻE ZNALEŹĆ PRACĘ JAKO:

- MENEDŻER ZAWARTOŚCI SERWISÓW INTERNETOWYCH ORAZ ZASOBÓW INFORMACJI W INSTYTUCJACH SAMORZĄDOWYCH I ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ;
- SPECJALISTA W ZAKRESIE DIGITALIZACJI ZBIORÓW (CYFROWA ARCHIWIZACJA DÓBR KULTURY, BIBLIOTEK I WYDAWNICTW),
- WYDAWCA I ANIMATOR CYFROWEGO RYNKU KSIĄŻKI,
- PRODUCENT ORAZ WYDAWCA E-BOOKÓW I AUDIOBOOKÓW.
- PROJEKTANT STRON WWW
- INFOBROKER
- POZYCJONER SEO
- WEBMASTER
- ARCHIWISTA WIEDZY REJESTROWANEJ CYFROWO

ARCHITEKTURA INFORMACJI I E-MARKETING

SPECJALNOŚĆ:

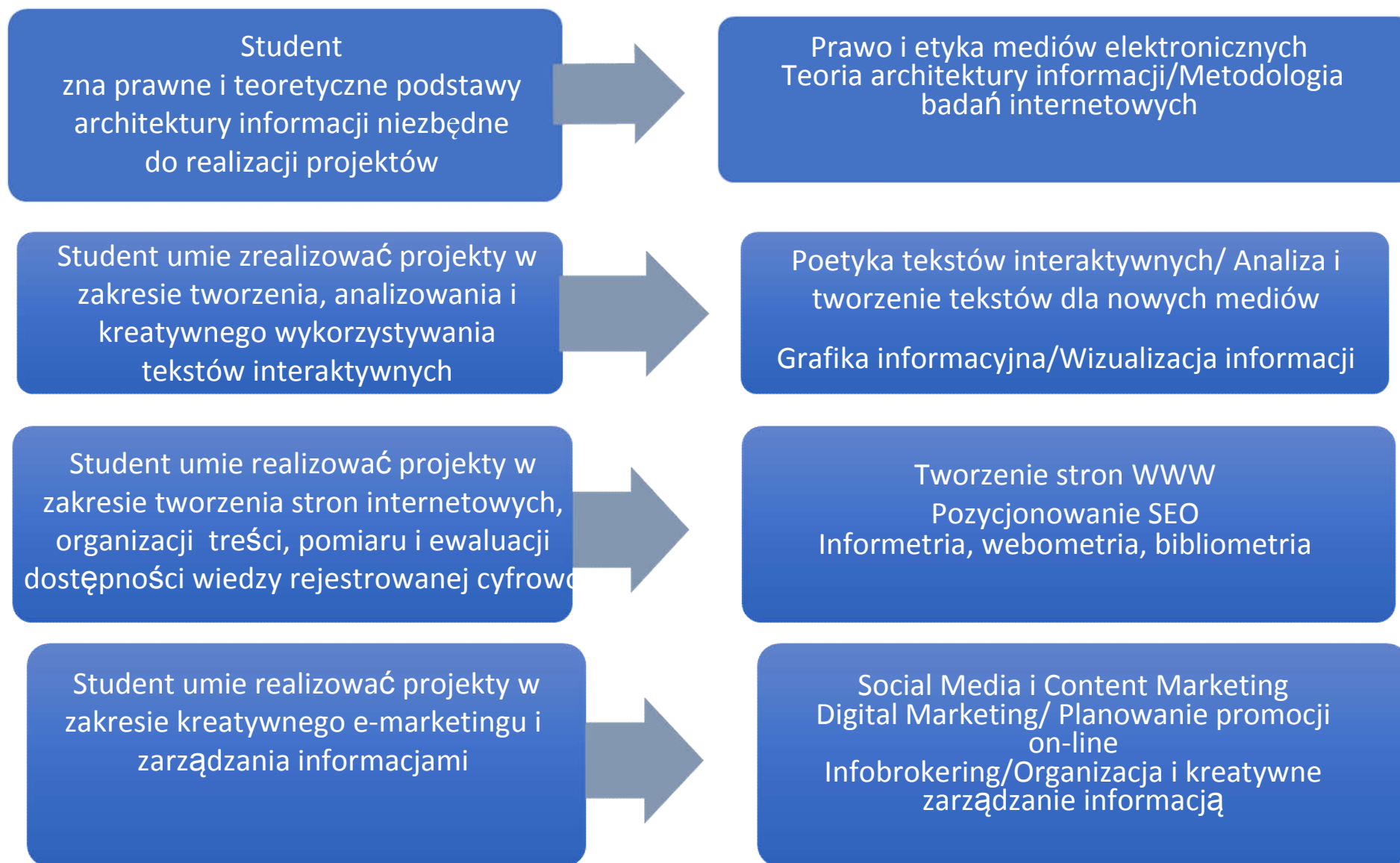
- POZWALA ZDOBYĆ WIEDZĘ, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJE W ZAKRESIE ORGANIZOWANIA NAZEWNICTWA, PROJEKTOWANIA NAWIGACJI I SYSTEMÓW WYSZUKIWAWCZYCH POMOCNYCH W ZARZĄDZANIU INFORMACJĄ W NAUCE, GOSPODARCE, ADMINISTRACJI, KULTURZE, EDUKACJI, MEDIACH;

- STWARZA PRAKTYCZNE MOŻLIWOŚCI REALIZOWANIA I WDROŻENIA KREATYWNYCH PROJEKTÓW Z ZAKRESU POZYCJONOWANIA SEO, PROJEKTOWANIA SERWISÓW INTERNETOWYCH DLA SIECI HANDLOWYCH, KREATYWNEGO E-MARKETINGU, REALIZACJI STRATEGII CONTENT MARKETINGOWYCH;

- PRZYGOTOWUJE STUDENTÓW DO STOSOWANIA PRAKTYCZNYCH NARZĘDZI INFOBROKERINGU ORAZ ZARZĄDZANIA INFORMACJĄ W OBSZARZE INFORMETRII, WEBOMETRII I BIBLIOMETRII.



ARCHITEKTURA INFORMACJI I E-MARKETING



ABSOLWENT MOŻE ZNALEŹĆ PRACĘ JAKO:

- SPECJALISTA E-MARKETINGU OPRACOWUJĄCY TESTY UŻYTECZNOŚCI PRODUKTU;
- SPECJALISTA BRANŻY SEO;
- TWÓRCA SERWISÓW INTERNETOWYCH E-COMMERCE;
- PROJEKTANT STRON WWW NA POTRZEBY BIZNESU I HANDLU;
- WEBMASTER;
- PRACOWNIK INSTYTUCJI NAUKOWYCH PROWADZĄCYCH REPOZYTORIA TYPU OPEN ACCESS,
- SPECJALISTA W ZAKRESIE DIGITALNEJ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ.

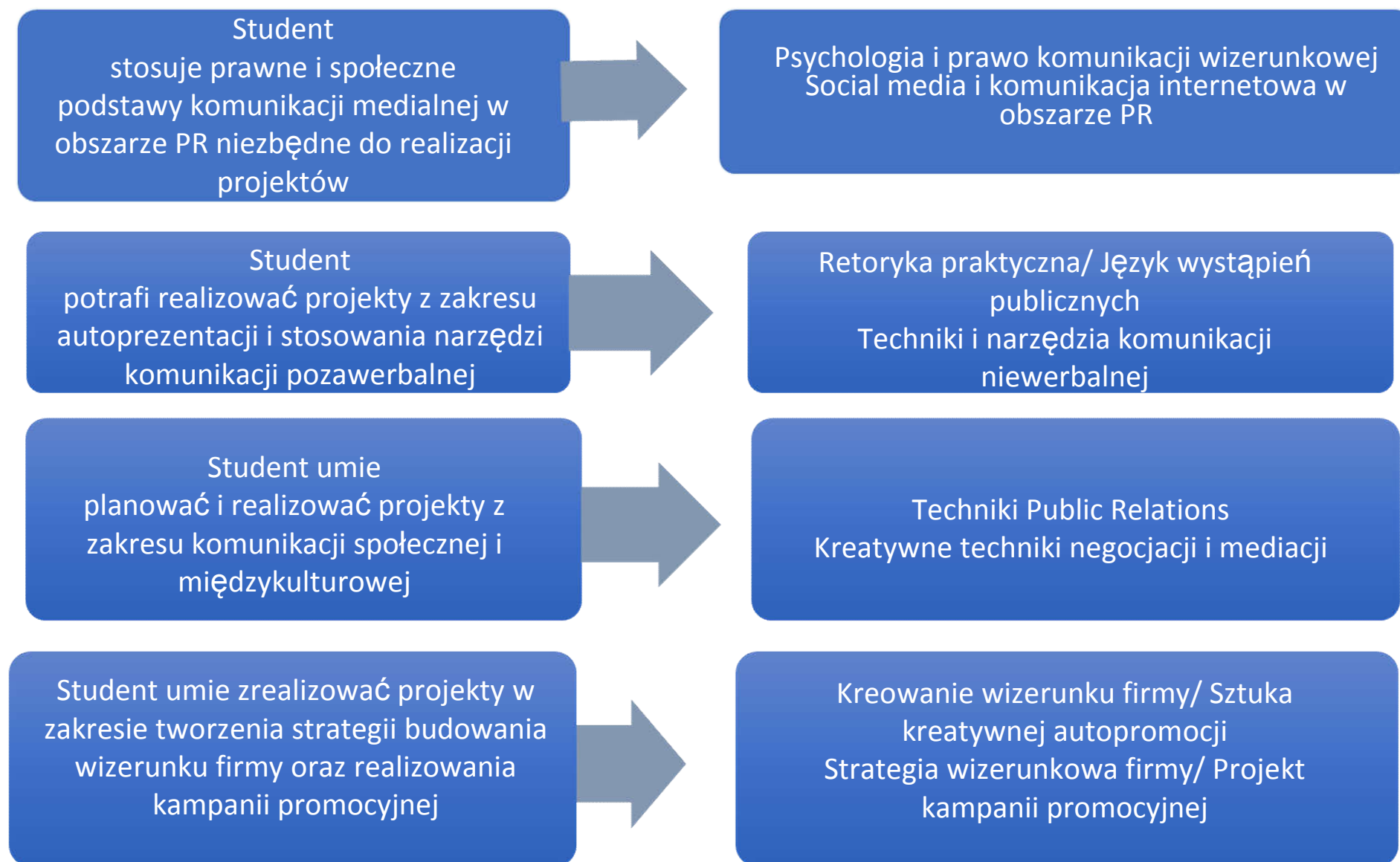
KOMUNIKACJA KREATYWNA I PUBLIC RELATIONS

SPECJALNOŚĆ:

- PRZYGOTOWUJE DO PROFESJONALNEGO BUDOWANIA STRATEGII KOMUNIKACYJNYCH, ZARZĄDZANIA KAMPANIAMI INFORMACYJNYMI, ROZWIĄZYWANIA SYTUACJI KRYZYSOWYCH, ANALIZOWANIA DANYCH INFORMACYJNYCH;
- UCZY PRAKTYCZNEGO ZASTOSOWANIA KREATYWNYCH TECHNIK KOMUNIKACYJNYCH W OPEROWANIU TEKSTEM PISANYM, MÓWIONYM I JĘZYKIEM NIEWERBALNYM W BUDOWANIU WIZERUNKU I PROMOCJI FIRMY;
- STWARZA PRAKTYCZNE MOŻLIWOŚCI REALIZOWANIA PROJEKTÓW, POZWALAJĄCYCH WPROWADZIĆ NA RYNEK WŁASNY PRZEKAZ INTERAKTYWNY SŁUŻĄCY KREATYWNEJ KOMUNIKACJI WIZERUNKOWEJ NA RYNKU USŁUG, PRODUKTÓW I MEDIÓW ELEKTRONICZNYCH.



KOMUNIKACJA KREATYWNA I PUBLIC RELATIONS



ABSOLWENT MOŻE ZNALEŹĆ PRACĘ JAKO:

- SPECJALISTA DS. AUTOPROMOCJI ORAZ KREOWANIA WIZERUNKU FIRMY;
- MENEDŻER AGENCJI PR;
- RZECZNIK PRASOWY;
- REDAKTOR W WYDAWNICTWACH I MEDIACH ELEKTRONICZNYCH;
- TRENER KOMUNIKACJI WIZERUNKOWEJ I PROMOCJI INTERMEDIALNEJ;
- STRATEG KOMUNIKACJI W KORPORACJACH, FIRMACH BRANDINGOWYCH CZY FIRMACH ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI EDUKACYJNE;
- PROJEKTANT KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ W INSTYTUCJACH KULTURY, NAUKI I EDUKACJI;
- SPECJALISTA DS. KOMUNIKACJI W WYDAWNICTWACH ELEKTRONICZNYCH I BIBLIOTEKACH CYFROWYCH.

KADRA NAUKOWO-DYDAKTYCZNA

**KADRE AKADEMICKĄ NA KIERUNKU FILOLOGIA POLSKA
TWORZĄ ZARÓWNO PRAKTYCY, SPRAWUJĄCY OPIEKĘ NAD
SPECJALNOŚCIAMI, JAK I WYSOKIEJ KLASY SPECJALIŚCI Z
BOGATYM DOŚWIADCZENIEM DYDAKTYCZNYM I NAUKOWYM**

TU SPOTKASZ NAJLEPSZYCH!

PROF. ZW. DR HAB. BOGUSŁAW ŻYŁKO

- wybitny semiotyk kultury, sławista, ceniony w Polsce i na świecie znawca literaturoznawczych i językoznawczych doktryn estetycznych, historyk i teoretyk idei, badacz semiotyki i antropologii mediów, zajmujący się problematyką komunikacji międzykulturowej, sztuką i kulturą przekładu. Znawca, tłumacz i popularyzator dzieł najwybitniejszych przedstawicieli dwudziestowiecznej myśli humanistycznej – Michaiła Bachtina, Jurija Łotmana, Jurija Tynianova. Opublikował we własnym tłumaczeniu i opracowaniu ponad 10 tomów prac semiotyków.

Jest redaktorem naukowym serii wydawniczej „Literatura i okolice”. Opublikował łącznie ponad 350 prac w różnych językach, w tym po angielsku, francusku i chińsku. Jest członkiem Stowarzyszenia Pisarzy Polskich, Polskiego Towarzystwa Filozoficznego, Komitetu Słowianoznawstwa PAN oraz laureatem nagrody miesięcznika „Literatura na Świecie” w dziedzinie przekładoznawstwa (za książkę „Sztuka w świecie znaków”). W naszej Akademii kieruje Katedrą Literaturoznawstwa.



PROF. NADZW. DR HAB. JOANNA SATOŁA-STAŚKOWIAK

– językoznawczyni, slawistka i polonistka, tłumaczka.

Autorka ponad 100 artykułów drukowanych w międzynarodowych pismach naukowych, 2 monografii i dwujęzycznego słownika. Redaktorka pisma „Semantyka a konfrontacja językowa”, członkini komitetów redakcyjnych wysoko punktowanych międzynarodowych czasopism: „Slavia Meridionalis”, „Cognitive Studies/Etudes Cognitives”, „Południowosłowiańskie Zeszyty Naukowe”.

Uczestniczyła w europejskich projektach naukowych: *Mondilex* i *Clarin*.



W latach 2013-2017 członkini Rady Naukowej Instytutu Slawistyki PAN w Warszawie. Prowadzi własne badania naukowe usankcjonowane formalnymi umowami prawnymi z Bułgarską Akademią Nauk, Słowacką Akademią Nauk i Ukraińską Akademią Nauk.

Specjalność naukowa: - językoznawstwo porównawcze; - korpusy językowe
- słowniki elektroniczne i książkowe; - socjolingwistyka (język płci, język mediów) i kultura języka; - problematyka przekładu; - semantyka, konfrontacja i komunikacja językowa.

PROF. NADZW. DR HAB. KRZYSZTOF KUSAL

językoznawca, slawista, tłumacz i metodyk.

Autor podręczników, słowników i monografii naukowych; kierownik międzynarodowych projektów badawczych, specjalista w zakresie języka biznesu i reklamy oraz problematyki współczesnej komunikacji językowej.

Zajmuje się polsko-słowiańskim językoznawstwem porównawczym, problematyką komunikacji międzykulturowej i interferencji międzyjęzykowej oraz teorią i praktyką przekładu. Autor licznych publikacji z zakresu leksykografii, języka biznesu, frazeologii i paremiologii.

kieruje Katedrą Komunikacji Językowej.



PROF. NADZW. DR HAB. KAZIMIERZ ŚWIEGOCKI

- poeta i eseista, literaturoznawca – historyk literatury i kultury, filozof, krytyk literacki, autor ośmiu zbiorów wierszy oraz licznych prac, m.in. sześciu książek o literaturze XIX i XX wieku, w tym dwóch ostatnich, już głośnych: „Wizje człowieka i świata w poezji Mickiewicza, Norwida i Leśmiana” (2013) oraz „Kamień i czas” (2014).

Autor siedmiu tomów poezji tłumaczonych na język francuski, rosyjski i czeski. Uprawia filozoficzną i filozofującą historię literatury oraz krytykę literacką. Przedmiotem jego badań jest poezja i proza XIX i XX wieku, problematyka filozoficznych kontekstów literatury oraz zagadnienia dotyczące teoretycznych i warsztatowych aspektów twórczości artystycznej.

<http://muzeumliteratury.pl/spotkanie-z-prof-kazimierzem-swiegockim/>

<http://sppwarszawa.pl/czlonkowie/kazimierz-swiegocki/>

<http://www.zlmaz.pl/index.php?numer=9&nr=1&id=286>



DR WIESŁAW PRZYBYŁA

literaturoznawca – historyk, teoretyk literatury i krytyk literacki, adiunkt w Katedrze Literaturoznawstwa, redaktor, edytor, regionalista, znawca i popularyzator e-learningu. Zajmuje się badaniem metod informatycznych w edukacji, kulturą nowych technologii w kształceniu, efektywnością nauczania języka polskiego on-line, komunikacją językową w Internecie oraz najnowszymi narzędziami e-marketingu i języka reklamy interaktywnej.

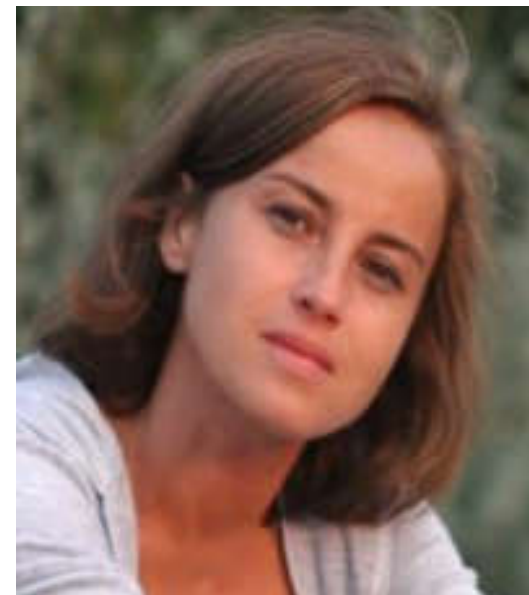


Opublikował kilkadziesiąt artykułów z zakresu literaturoznawstwa XIX i XX wieku, metodyki nauczania języka polskiego, metod informatycznych w edukacji. Jest autorem cenionych publikacji dotyczących bibliologii cyfrowej i informatologii oraz metody projektowej w kształceniu e-learningowym.

DR ANNA FADECKA

- językoznawczyni, starszy wykładowca w Katedrze Komunikacji Językowej Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

Zajmuje się badaniem najnowszych zjawisk językowych i komunikacyjnych we współczesnych mediach. Specjalizuje się w zakresie kreatywnej komunikacji marketingowej, architektury informacji, poetyki tekstów interaktywnych, retoryki reklamowej oraz języka wystąpień publicznych.



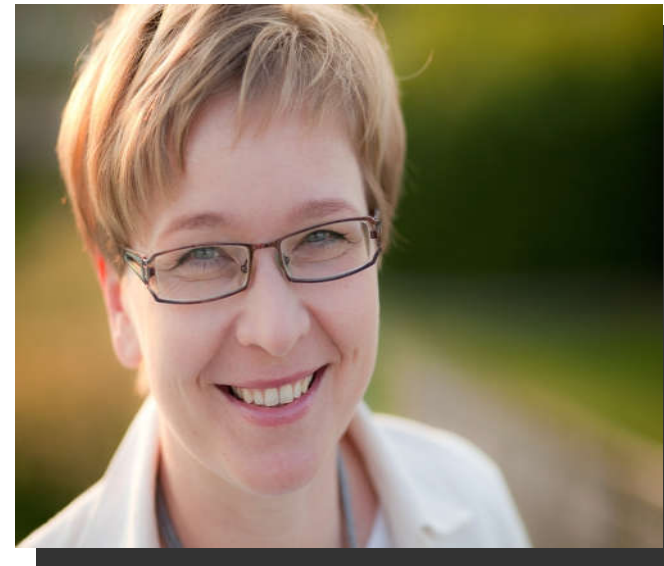
Jako doświadczony dydaktyk od lat koordynuje realizację kreatywnych projektów studenckich dotyczących stosowania nowoczesnych narzędzi komunikacji interaktywnej w obszarze social media, a także dziennikarstwa internetowego i multimedialnego.

Pełni funkcję redaktora językowego czasopisma naukowego "Językoznawstwo". Od kilku lat jest współredaktorką serii wydawniczej pt.: „Idee, wartości, słowa”.

DR EWA GDAK

- językoznawczyni, starszy wykładowca w Katedrze Komunikacji Językowej Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

Specjalizuje się w badaniach z zakresu stylistyki lingwistycznej, historii i kultury języka polskiego, współczesnej komunikacji językowej i intermedialnej. Jest autorką cenionych publikacji na temat języka i semiotyki reklamy, struktury tekstów interaktywnych, retoryki i erystyki, narzędzi perswazji i manipulacji językowej.



Od kilkunastu lat prowadzi warsztaty twórczego pisania, a także realizuje ze studentami projekty poświęcone narzędziom autoprezentacji, kreatywnym technikom negocjacji i mediacji, strategiom wizerunkowym i kampaniom promocyjnym firm.

Pełni funkcję redaktora językowego rocznika „Literaturoznawstwo”.

UDZIAŁ PARTNERÓW ZEWNĘTRZNYCH W ROZWOJU KIERUNKU

Współpraca wiąże się z wymiernymi korzyściami dla rozwoju kierunku i efektywnie wspiera rozwój zawodowy studentów.

PRZEDSTAWICIELE INSTYTUCJI PARTNERSKICH:

- tworzą doradcze grono ekspertów pracujących nad dostosowaniem programu studiów do potrzeb pracodawców;
- aktywnie włączają się w proces edukacji poprzez uczestnictwo w realizacji nowatorskich projektów specjalnościowych powiązanych z kulturą, edukacją, biznesem;
- stwarzają praktyczne możliwości wdrożenia kreatywnych projektów studenckich oraz pozwalają na wprowadzenie w firmach innowacji opartych na efektach działań projektowych;
- wspierają działania promujące kierunek.

Ścisła współpraca z Radą Ekspertów pozwala pracownikom Uczelni na stałe dostosowywanie programów studiów do potrzeb potencjalnych pracodawców.

WSPÓŁPRACUJĄ Z NAMI

DOM LITERATURY W ŁODZI

PATRON KIERUNKU



AKADEMICKI OŚRODEK INICJATYW ARTYSTYCZNYCH

DZIENNIK ŁÓDZKI



KINO BODO



CENTRUM KULTURY MŁODYCH W ŁODZI



WOJEWÓDZKI OŚRODEK DOSKONALENIA NAUCZYCIELI W ŁODZI

PATRONAT NAD SZKOŁAMI PONADGIMNAZJALNYMI

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna sprawuje patronat nad szkołami ponadgimnazjalnymi w Łodzi i regionie łódzkim.

Kierunek Filologia polska objął patronatem klasy o profilu humanistycznym (filmowo-teatralnym, medialno-dziennikarskim) w szkołach:

**XXXIV Liceum Ogólnokształcącym
im. Krzysztofa Kieślowskiego w Łodzi**



**II Liceum Ogólnokształcącym
im. Stefana Żeromskiego w Sieradzu**

II Liceum Ogólnokształcące
im. Stefana Żeromskiego
w Sieradzu



UNIKATOWA ŚCIEŻKA ROZWIJANIA KREATYWNOŚCI

REALIZOWANE NA KIERUNKU FILOLOGIA POLSKA
MODUŁY **TECHNOLOGII KREATYWNOŚCI** POZWALAJĄ
STUDENTOM NA ROZWIJANIE ISTOTNYCH W ŻYCIU
ZAWODOWYM I PRYWATNYM KOMPETENCJI
SPOŁECZNYCH, PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, PRACY
ZESPOŁOWEJ, A PRZED WSZYSTKIM REALIZACJI
PROJEKTÓW.



REALIZOWANE PRZEDMIOTY:

- LOGIKA KREATYWNOŚCI/PODSTAWY KREATYWNOŚCI
- KREATYWNY ROZWÓJ CZŁOWIEKA
- KOMUNIKACJA / ŚWIADOMOŚĆ WARTOŚCI
- KONFLIKT GRUPOWY / KONSTRUKTYWNE ROZWIĄZYWANIE KONFLIKTÓW
- ETYKA ZAWODOWA/ ETYKA W BIZNESIE
- PROJEKT WŁASNEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA

UCZYMY METODĄ PROJEKTOWĄ



W CZASIE STUDIÓW STUDENCI
REALIZUJĄ W FIRMACH PROJEKTY,
KTÓRYCH CELEM JEST
POSZUKIWANIE ROZWIĄZAŃ
RZECZYWISTYCH PROBLEMÓW

PROJEKTY STUDENCKIE MAJĄ CHARAKTER **PRAKTYCZNY**, POWSTAJĄ POD
OPIEKĄ SPECJALISTÓW.

PONADSTANDARDOWE EFEKTY UZYSKIWANE W TOKU REALIZACJI
PROJEKTÓW SĄ WYKORZYSTYWANE PRZEZ FIRMY PARTNERSKIE, NA RZECZ
KTÓRYCH PROJEKTY POWSTAJĄ.

POZWALA TO STUDENTOM ZDOBYWAĆ PIERWSZE DOŚWIADCZENIA
ZAWODOWE I BUDOWAĆ SWOJĄ POZYCJĘ NA RYNKU PRACY.

PROJEKTY O WYMIARZE PRAKTYCZNYM APLIKOWANE W INSTYTUCJACH KULTURY, EDUKACJI, BIZNESU, HANDLU I USŁUG.

MODUŁ: ARCHIWISTYKA CYFROWA - Digitalizacja i archiwizacja zbiorów (projekt)



TYTUŁ PROJEKTU:

CYFROWA HUMANISTYKA W AKADEMII

projekt opracowania archiwum cyfrowego –
digitalizacja czasopism naukowych AHE;
opracowanie cyfrowych katalogów zasobów
biblioteki e-learningowej (materiały
ikonograficzne, tekstowe, audiowizualne).



Partner projektu: AHE,

Wydawnictwo AHE, Biblioteka
AHE, PUW (Otwarte Zasoby
Edukacyjne)



TYTUŁ PROJEKTU:

CYBERLITERARIA W ŁODZI

projekt opracowania katalogu i archiwum
cyfrowego pism artystyczno-literackich
„Tygiel Kultury”, „Arterie”



Partner projektu:

DOM LITERATURY W ŁODZI
WYDAWNICTWO LITERATURA

PROJEKTY O WYMIARZE PRAKTYCZNYM APLIKOWANE W INSTYTUCJACH KULTURY, EDUKACJI, BIZNESU, HANDLU I USŁUG.

Moduł: KULTUROWE KONTEKSTY HUMANISTYKI



TYTUŁ PROJEKTU
PRZECIW KOMERCJI –
KINO NISZOWE LAT
SZEŚĆDZIESIĄTYCH – projekt opracowania filmografii, zasad emisji i oprawy medialno-reklamowej cyklu projekcji filmowych; opracowanie katalogu programowego i gazety reklamowej kina



PARTNER PROJEKTU:
KINO „BODO” W ŁODZI



TYTUŁ PROJEKTU:
KOSZYKÓWKA NA EKRANIE
Opracowanie cyfrowego katalogu filmów fabularnych dla portalu PROBASKET.



PARTNER PROJEKTU : PORTAL
INTERNETOWY PROBASKET

PROJEKTY O WYMIARZE PRAKTYCZNYM APLIKOWANE W INSTYTUCJACH KULTURY, EDUKACJI, BIZNESU, HANDLU I USŁUG.

Moduł:
KULTUROWE KONTEKSTY
HUMANISTYKI



TYTUŁ PROJEKTU:
JAK SPRZEDAĆ
SKANDYNAWSKI DESIGN?
Prowadzenie bloga
firmowego dla marki
Sofacompany.



PARTNER PROJEKTU: SZWEDZKA
FIRMA SOFACOMPANY

Moduł:
REALIZACJA KAMPANII
REKLAMOWEJ



TYTUŁ PROJEKTU:
SYNTEZA ZMYŚŁÓW
projekt kampanii reklamowej z
wykorzystaniem przekazów
językowych, audiowizualnych,
polisensorycznych



PARTNER PROJEKTU:
SIEĆ PERFUMERII DOUGLAS

PROJEKTY O WYMIARZE PRAKTYCZNYM APLIKOWANE W INSTYTUCJACH KULTURY, EDUKACJI, BIZNESU, HANDLU I USŁUG.

Moduł: KULTUROWE KONTEKSTY HUMANISTYKI



TYTUŁ PROJEKTU:

**„CZUĆ MIASTO NOSEM”..., CZYLI
JĘZYK ZAPACHÓW**

Sensoryczny opis miasta Łodzi z
perspektywy osoby niewidomej



Partnerzy projektu: Urząd Miasta w
Łodzi, Łódzka Izba Turystyczna, Urząd
Marszałkowski w Łodzi

Moduł: KOMUNIKACJA JĘZYKOWA



TYTUŁ PROJEKTU:

BIBLIOTEKA KROK PO KROKU

film (z komentarzem w języku polskim i
angielskim) prezentujący przestrzeń biblioteki,
jej zasoby i sposób ich użytkowania



Partner projektu: Biblioteka Główna
Województwa Mazowieckiego. Biblioteka
Publiczna m. stołecznego Warszawy.

STUDENCKIE PROJEKTY AUTORSKIE

STUDENCI KIERUNKU

FILOLOGIA POLSKA

ROZWIJAJĄ I PROMUJĄ SVOJE TALENTY.

DZIĘKI WSPARCIU UCZELNI, REALIZUJĄ WŁASNE
PROJEKTY WYDAWNICZE.

STAWIAMY NA KREATYWNOŚĆ I NAUKĘ
POPRZECZ DZIAŁANIE.

TAKĄ MOŻLIWOŚĆ DAJE REALIZACJA
PROJEKTÓW W NASZEJ UCZELNI.

TRWAJĄCA OD KILKUNASTU LAT INICJATYWA
WYDAWNICZA STUDENTÓW, ZAOWOCOWAŁA
POWSTANIEM DWÓCH CZASOPISM
STUDENCKICH:

**„GŁOS AKADEMII”
I „KURTYNA”.**



**STUDENT JEST DLA NAS PARTNEREM, WSPÓŁTWÓRCĄ SUKCESU
WŁASNEGO I SUKCESÓW CAŁEJ SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ.**

**DZIĘKI KREATYWNOŚCI I ZAANGAŻOWANIU UCZY SIĘ W
PRAKTYCE BUDOWAĆ WŁASNĄ DROGĘ KARIERY, PRACUJĄC NA
POZYTYWNY WIZERUNEK UCZELNI.**



ROZWIJAMY PASJE STUDENTÓW I POPULARYZUJEMY ICH DOROBK LITERACKI

DZIĘKI WSPARCIU UCZELNI STUDENCI KIERUNKU
FILOLOGIA POLSKA
OPUBLIKOWALI **7 KSIĄŻEK WŁASNEGO AUTORSTWA**

MAGDALENA BEREZIAK „Przedstawienie”

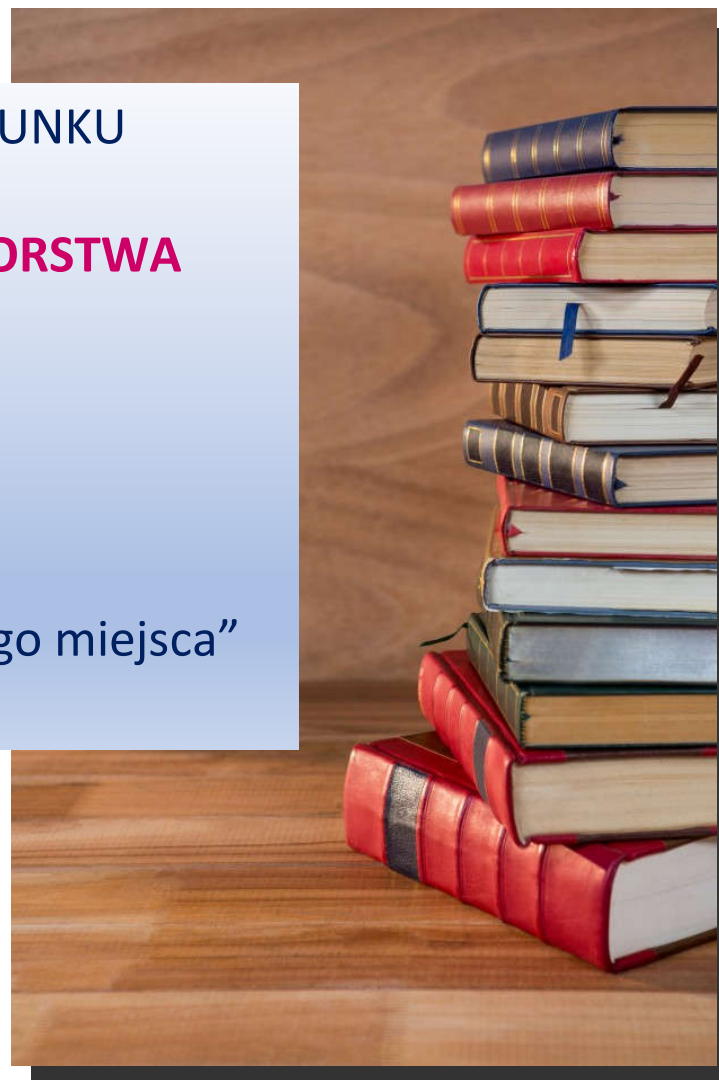
KATARZYNA ADAMUS „Ucieczka bez mapy”

PATRYCJA PERLIŃSKA „Iskrzy się od łez”

MONIKA KUKUŁA „Wydaje mi się”

MARCIN BAŁCZEWSKI „W poszukiwaniu straconego miejsca”

MARTA SAJ „Operetka dachowca”, „Siedem”

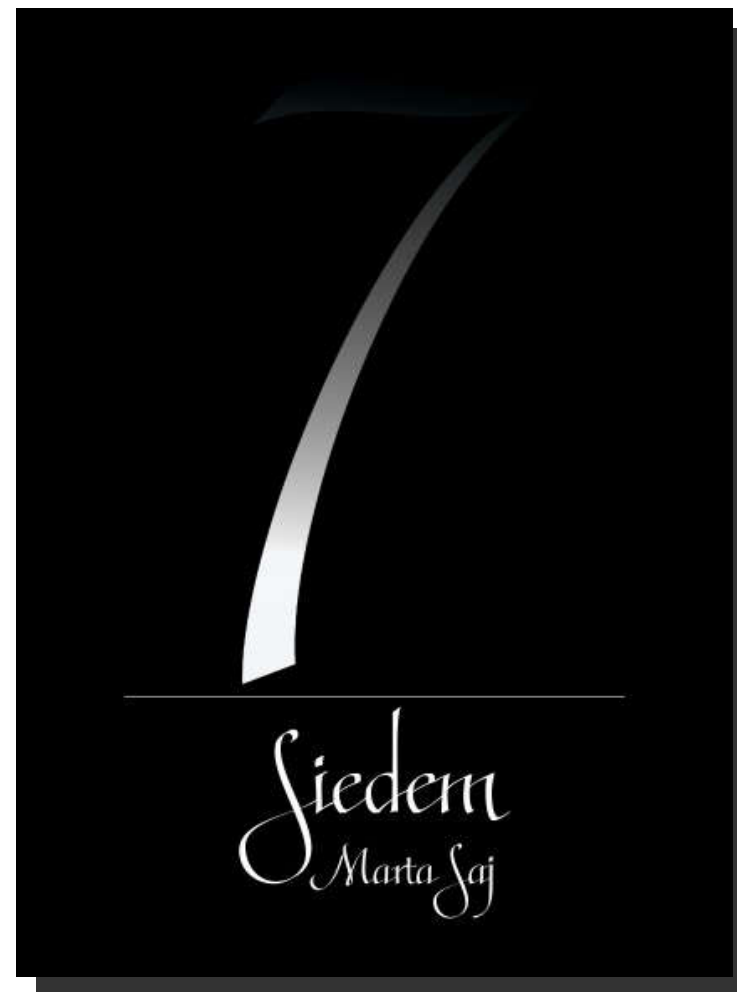


NAJNOWSZY TOMIK POETYCKI

MARTY SAJ

ZATYTUŁOWANY *SIEDEM*,
UKAZAŁ SIĘ NAKŁADEM
WYDAWNICTWA
AKADEMII HUMANISTYCZNO-
EKONOMICZNEJ W ŁODZI.

STUDENCI KIERUNKU ZAJĘLI SIĘ
OPRAWĄ GRAFICZNĄ KSIĄŻKI I
SPORZĄDZENIEM PROFESJONALNYCH
RECENZJI.



FILOLOGIA POLSKA – TWARZE SUKCESU

ROBERT JASTRZĘBSKI

Student kierunku Filologia polska, absolwent Dziennikarstwa i komunikacji społecznej; reporter i dziennikarz Faktów. **Od kilkunastu lat pracuje jako wydawca Faktów TVN.**

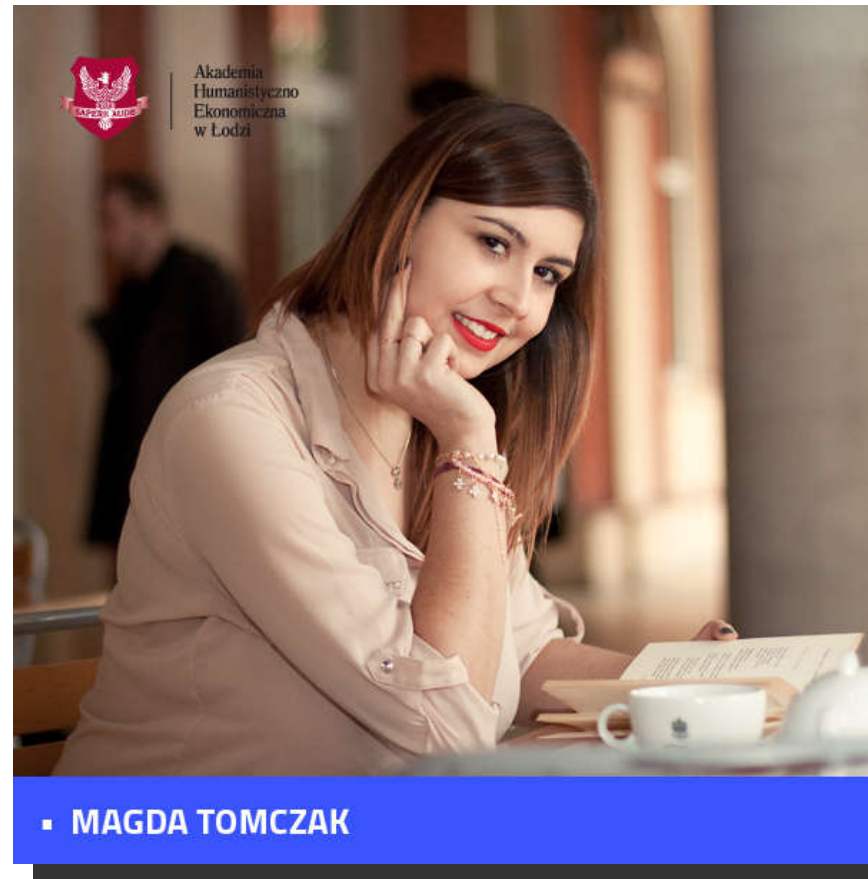
„Bycie wydawcą Faktów TVN to coś więcej niż praca. To pasja, która wpływa na całe moje życie. Przygotowywanie programu, który przedstawia milionom widzów najważniejsze wydarzenia dnia, wciąga jak narkotyk” Podobnie jak dawka adrenaliny tuż przed 19.00 i oczekiwanie na to, co przyniesie jutro”



FILOLOGIA POLSKA – TWARZE SUKCESU

MAGDALENA TOMCZAK

Studentka kierunku Filologia polska, absolwentka kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Bohaterka kampanii reklamowej AHE. Pracuje w dziale projektów międzynarodowych AHE. Zajmuje się współpracą z zagranicznymi instytucjami. Z sukcesem i pasją prowadzi redakcję **"GŁOSU AKADEMII"**. Aktywnie uczestniczy w realizacji projektu **KURTYNA**.



FILOLOGIA POLSKA – TWARZE SUKCESU

ALEKSANDRA PAWŁOWSKA

Ola jest rodowitą łodzianką i magistrem psychologii. Swoją pasję i kreatywny potencjał odnalazła w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej, gdzie studiuje na kierunku Filologia polska (specjalność: komunikacja kreatywna). Pracuje w jednym z łódzkich ośrodków adopcyjnych jako psycholog, prowadzi zajęcia z psychologii kreatywności w Akademii Muzycznej w Łodzi. Uczy także języka polskiego młodych muzyków z Chin. Przygotowuje rozprawę doktorską z psychologii śledczej.

Po ukończeniu filologicznych studiów magisterskich Ola planuje pracować także jako glottodydaktyk, łączyć czytelniczą pasję z umiejętnościami psychologicznymi. Przygotowuje się do rozpoczęcia studiów doktoranckich, by kontynuować pracę naukową związaną z filologią polską.



FILOLOGIA POLSKA – TWARZE SUKCESU

JULIA BANAŚ

Studentka kierunku Filologia polska w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi. Od kilku lat mieszka i pracuje w Nowym Jorku, gdzie profesjonalnie zajmuje się modelingiem. Jest modelką znaną na całym świecie. Osiąga sukcesy, biorąc udział w kampaniach realizowanych przez najlepsze marki i domy mody na świecie, takie jak np. Gucci. Uczestniczyła w sesji zdjęciowej dla renomowanego pisma "Interview". Zdobyła zaszczytny tytuł Modelki Roku 2016. Była gościem programu Dzień Dobry TVN, gdzie opowiedziała o początkach swej kariery i o polonistyce on-line w AHE w Łodzi



<http://dziendobry.tvn.pl/wideo,2064,n/supermodelka-julia-banas-o-karierze-z-przypadku,226176.html>

JEŚLI STWORZYSZ ZNACZENIE, STWORZYSZ TEŻ PIENIĄDZE
(GUY KAWASAKI)

**NOWOCZESNY FILOLOG ZNA SIĘ SŁOWA,
UMIE W SWYCH PROJEKTACH WYPRZEDZAĆ RZECZYWISTOŚĆ, NIE BOI SIĘ
PRZECIWNOCI, ŁAMIE STEREOTYPY, WYMYKA SIĘ SZABLONOM.
POTRAFI DLA SIEBIE I DLA INNYCH
TWORZYĆ PRZESTRZEŃ KARIERY, KREOWAĆ ZAWODY PRZYSZŁOŚCI.
DZIĘKI KOMPETENCJOM KOMUNIKACYJNYM, NIEZBĘDNYM W ŚWIECIE
NOWYCH TECHNOLOGII,
POTRAFI OSIĄGNĄĆ SUKCES FINANSOWY.**

**BĄDŹ ODWAŻNY, DZIAŁAJ
NIESTANDARDOWO!
PODEJMUJ ŚMIAŁE DECYZJE.
SIĘGNIJ PO SWÓJ ŻYCIOWY
SUKCES
I DOŁĄCZ DO NAS!**



**PRODZIEKAN KIERUNKU
FILOLOGIA POLSKA**

DR DOROTA UTRACKA

