

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa w języku polskim: **Sztuczna inteligencja w zarządzaniu personelem i marketingu**

Nazwa w języku angielskim: **Artificial Intelligence in Human Resource Management and Marketing**

Karta przedmiotu ważna od roku akademickiego: **2026/2027**

Kierunek studiów: **Zarządzanie**

Poziom studiów: **Studia I stopnia**

Forma studiów: **Niestacjonarne**

Profil: **Praktyczny**

Specjalność: **Zarządzanie personelem i marketing**

Język wykładowy: **polski**

Jednostka prowadząca: **Wydział Nauk Społecznych i Technicznych**

Opiekun przedmiotu: **dr Jolanta Dmowska, prof. UJW**

OBCIĄŻENIE STUDENTA

	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Projekt	Laboratorium
Liczba godzin zajęć dydaktycznych organizowanych przez Uczelnię	14				18
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta	75				50
Forma zaliczenia	egzamin				zaliczenie na ocenę
Liczba punktów ECTS	3				2

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Zaliczony przedmiot Informatyka w zarządzaniu.

CELE PRZEDMIOTU

C1.	Zapoznanie studentów z podstawami sztucznej inteligencji oraz jej zastosowaniami w zarządzaniu personelem i marketingu.
C2	Nabycie umiejętności zrozumienia możliwości i ograniczeń narzędzi AI w analizie danych HR i marketingowych, automatyzacji procesów oraz personalizacji działań organizacyjnych, a także wykształcenie kompetencji krytycznej oceny wyników generowanych przez systemy AI.
C3	Rozwinięcie umiejętności praktycznego wykorzystania narzędzi AI w procesach HR (rekrutacja, rozwój pracowników) oraz marketingowych (segmentacja, komunikacja, analiza efektywności działań).

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ – PEU	
Z zakresu wiedzy:	
PEU_W01	Student zna podstawowe pojęcia i metody sztucznej inteligencji oraz rozumie ich zastosowanie w zarządzaniu personelem i marketingu.
PEU_W02	Student zna obszary automatyzacji procesów HR i marketingowych oraz rozumie korzyści i ograniczenia wykorzystania AI w organizacjach.
Z zakresu umiejętności:	
PEU_U01	Student potrafi wykorzystać wybrane narzędzia AI do analizy danych HR i marketingowych oraz wspomagania procesów decyzyjnych.
PEU_U02	Student potrafi interpretować wyniki generowane przez systemy AI i formułować wnioski wspierające decyzje kadrowe i marketingowe.
PEU_U03	Student potrafi zaprojektować prosty scenariusz zastosowania AI w obszarze zarządzania personelem lub marketingu.
Z zakresu kompetencji społecznych:	
PEU_K01	Student jest gotów do krytycznej i odpowiedzialnej oceny wykorzystania AI w procesach HR i marketingowych, uwzględniając aspekty etyczne, ochronę danych osobowych i odpowiedzialność zawodową.

TREŚCI PROGRAMOWE		
Forma zajęć – WYKŁAD		Liczba godzin
W1	Wprowadzenie do sztucznej inteligencji – podstawowe pojęcia, rodzaje systemów AI, uczenie maszynowe.	2
W2	AI w zarządzaniu personelem – rekrutacja, selekcja kandydatów, analiza kompetencji, employer branding.	2
W3	AI w marketingu – personalizacja komunikacji, segmentacja klientów, rekomendacje i automatyzacja kampanii.	2
W4	AI w analityce HR i marketingowej – analiza danych, predykcja zachowań pracowników i klientów	2
W5	Ryzyka, ograniczenia i błędy modeli AI w HR i marketingu (bias algorytmiczny, nadmierna automatyzacja).	2
W6	Aspekty prawne, etyczne i bezpieczeństwo danych w zastosowaniach AI (RODO, transparentność decyzji).	2
W7	Przyszłość zawodów HR i marketingu w erze AI.	2
Razem		14
Forma zajęć – LABORATORIUM		Liczba godzin

L1	Wprowadzenie do środowiska pracy – narzędzia AI wspierające HR i marketing.	1
L2	Przygotowanie danych HR i marketingowych do analizy (czyszczenie, strukturyzacja danych).	1
L3	Wykorzystanie AI do analizy trendów kadrowych i marketingowych.	2
L4	Automatyzacja procesów rekrutacyjnych i analiza profili kandydatów – przykładowe zastosowania.	2
L5	Generowanie treści marketingowych i komunikacji personalizowanej z wykorzystaniem AI.	2
L6	Analiza efektywności działań marketingowych i procesów HR przy wsparciu AI.	2
L7	Projektowanie scenariusza wdrożenia AI w dziale HR lub marketingu	2
L8	Praca projektowa – opracowanie rozwiązania praktycznego.	3
L9	Prezentacja projektów i dyskusja wyników.	3
Razem		18

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
1.	Wykład problemowy z analizą przykładów praktycznych, dyskusja, burza mózgów.
2.	Laboratoria komputerowe z wykorzystaniem narzędzi AI.
3.	Praca projektowa (indywidualna lub zespołowa).
4.	Praca własna – przygotowanie do egzaminu

METODY I FORMY OCENY

OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Formy oceny (F lub P)*	Numer efektu uczenia się (przedmiotowego)	Metody oceny osiągnięcia efektu uczenia się
F	PEU_W01, PEU_W02, PEU_U01, PEU_U02, PEU_U03, PEU_K01	Aktywność w trakcie zajęć, postępy w pracy projektowej
P	PEU_W01, PEU_W02, PEU_U01, PEU_U02, PEU_U03, PEU_K01	Egzamin pisemny z części teoretycznej oraz projekt laboratoryjny prezentujący zastosowanie AI w finansach lub rachunkowości (ocena ważona: 40% egzamin z części teoretycznej + 60% projekt laboratoryjny)

*F – ocena formująca (w trakcie semestru), P – ocena podsumowująca (na koniec semestru)

KRYTERIA OCENY

OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Nr PEU	Ocena dostateczna	Ocena dobra	Ocena bardzo dobra
PEU_W01	Student zna podstawowe pojęcia związane ze sztuczną inteligencją, jednak jego wiedza ma charakter ogólny i nie zawsze potrafi poprawnie odnieść ją do obszaru zarządzania personelem i marketingu.	Student zna i rozumie podstawowe metody AI oraz poprawnie wyjaśnia ich zastosowania w procesach HR i marketingowych.	Student bardzo dobrze zna i rozumie metody sztucznej inteligencji, potrafi wskazać ich praktyczne zastosowania oraz ograniczenia w kontekście zarządzania personelem i działań marketingowych.

PEU_W02	Student zna wybrane obszary automatyzacji procesów HR i marketingowych, lecz w ograniczonym stopniu rozumie korzyści i ryzyka ich zastosowania.	Student poprawnie identyfikuje obszary automatyzacji procesów kadrowych i marketingowych oraz rozumie podstawowe korzyści i ograniczenia wykorzystania AI w organizacji.	Student w sposób pogłębiony analizuje możliwości automatyzacji procesów HR i marketingowych, krytycznie oceniając ich wpływ na funkcjonowanie organizacji, relacje z pracownikami oraz klientami.
PEU_U01	Student potrafi wykonać proste zadania laboratoryjne z wykorzystaniem narzędzi AI przy częściowym wsparciu prowadzącego.	Student samodzielnie wykorzystuje narzędzia AI do analizy danych HR i marketingowych oraz wspomagania procesów decyzyjnych.	Student sprawnie i samodzielnie stosuje narzędzia AI w analizie danych kadrowych i marketingowych, dobiera adekwatne rozwiązania oraz poprawnie interpretuje uzyskane wyniki.
PEU_U02	Student w ograniczonym zakresie interpretuje wyniki generowane przez systemy AI, formułując ogólne lub częściowo nieuzasadnione wnioski dotyczące procesów HR i marketingu.	Student poprawnie interpretuje wyniki analiz AI i potrafi formułować logiczne wnioski wspierające decyzje kadrowe i marketingowe.	Student w sposób krytyczny analizuje wyniki generowane przez AI, uwzględniając ich ograniczenia i kontekst organizacyjny, oraz formułuje trafne rekomendacje dotyczące zarządzania personelem i działań marketingowych.
PEU_U03	Student potrafi zaprojektować prosty scenariusz zastosowania AI, jednak projekt wymaga istotnych korekt merytorycznych lub organizacyjnych.	Student opracowuje spójny scenariusz zastosowania AI w obszarze HR lub marketingu, uwzględniając podstawowe założenia praktyczne.	Student samodzielnie projektuje realistyczny i dobrze uzasadniony scenariusz wdrożenia AI, wykazując zrozumienie aspektów technologicznych, organizacyjnych i biznesowych.
PEU_K01	Student w ograniczonym zakresie dostrzega aspekty etyczne i odpowiedzialność zawodową związaną z wykorzystaniem AI; sporadycznie angażuje się w dyskusję	Student wykazuje świadomość etycznych i prawnych aspektów wykorzystania AI w HR i marketingu oraz aktywnie uczestniczy w pracy laboratoryjnej i projektowej	Student krytycznie i odpowiedzialnie ocenia wykorzystanie AI w procesach kadrowych i marketingowych, uwzględniając ochronę danych, ryzyko uprzedzeń algorytmicznych oraz konsekwencje społeczne i organizacyjne, aktywnie współpracując w środowisku projektowym.

LITERATURA PODSTAWOWA
1. M. Flasiński, Wstęp do sztucznej inteligencji, PWN, Warszawa 2018.
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA
1. T. Taulli, Artificial Intelligence Basics. A Non-Technical Introduction, Apress 2019.
ŹRÓDŁA ELEKTRONICZNE

MACIERZ POWIĄZANIA
EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU SZTUCZNA INTELIGENCJA W ZARZĄDZANIU
PERSONELEM I MARKETINGU
Z EFEKTAMI UCZENIA SIĘ NA KIERUNKU ZARZĄDZANIE

Przedmiotowy efekt uczenia się	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności	Cele przedmiotu	Treści programowe	Numer narzędzia dydaktycznego
PEU_W01	K_W01, K_W03	C1	W1-W7 L1-L9	1, 2, 3, 4
PEU_W02	K_W02, K_W05	C1	W1-W7 L1-L9	1, 2, 3, 4
PEU_U01	K_U01, K_U02	C2, C3	L1-L9	2, 3
PEU_U02	K_U02, K_U05	C2, C3	L1-L9	2, 3
PEU_U03	K_U02, K_U05	C2, C3	L1-L9	2, 3
PEU_K01	K_K01, K_K05	C1, C2, C3	W1-W7 L1-L9	1,2,3