

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu w języku polskim: AI W OBSŁUDZE KLIENTA							Kod przedmiotu: KNS/ZR-IIP/AIwB/33		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim: AI IN CUSTOMER SERVICE									
Kierunek studiów: Zarządzanie			Profil: praktyczny				Poziom studiów: II stopień		
Specjalność/specjalizacja: AI w Biznesie			Forma zaliczenia przedmiotu: zaliczenie na ocenę				Semestr studiów: 3		
Nazwa grupy zajęć: zajęcia specjalnościowe			Język w jakim prowadzone są zajęcia: polski						
Tryb studiów	Forma zajęć							Ogólna liczba godzin	Liczba punktów ECTS:
	W	Ćw.	Konw.	Lab.	Proj.	Sem.	Zajęcia terenowe		
Tryb stacjonarny	-	-	-	15	-	-	-	15	
Tryb niestacjonarny	-	-	-	15	-	-	-	15	
Jednostka realizująca przedmiot, wydział: Kolegium Nauk Społecznych									
Odpowiedzialny za opracowanie karty przedmiotu (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko, adres e-mail): dr Rafał Katamay, rkatamay@wszop.edu.pl									
CEL PRZEDMIOTU									
C1.	Poznanie narzędzi i technik wykorzystania AI w obsłudze klienta.								
C2.	Nabycie umiejętności tworzenia i konfiguracji chatbotów, systemów rekomendacyjnych oraz modeli NLP do przetwarzania zgłoszeń klientów.								
C3.	Analiza procesów obsługi klienta i identyfikacja możliwości automatyzacji.								
WYMAGANIA WSTĘPNE									
1.	Podstawowa znajomość technologii informatycznych.								
2.	Podstawowa orientacja w procesach obsługi klienta.								
3.	Podstawowa umiejętność pracy z danymi (arkusz kalkulacyjny) i interpretacji prostych wskaźników jakości obsługi.								

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ		METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO:	
			TREŚCI PROGRAMOWYCH	KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
EU1	Student zna zastosowania AI w procesach obsługi klienta, w tym chatboty, NLP, automatyzację zgłoszeń i personalizację doświadczeń klienta. Zna ograniczenia i ryzyka stosowania AI w kontekście relacji z klientem, w szczególności aspekty etyczne, prawne i UX.	sprawozdanie z laboratorium	L1-L7	ZII K_W 09 ZII K_W 07
EU2	Student potrafi tworzyć i konfigurować proste chatboty oraz narzędzia automatyzacji komunikacji (np. Azure Bot Service, Power Virtual Agents). Potrafi interpretować dane dotyczące interakcji z klientami (np. analiza sentymentu, klasyfikacja zgłoszeń).	sprawozdanie z laboratorium	L1-L7	ZII K_U 02 ZII K_U 01
EU3	Student rozumie odpowiedzialność związaną z automatyzacją kontaktu z klientem oraz konieczność etycznego wykorzystania AI w komunikacji.	sprawozdanie z laboratorium prezentacja	L1-L7	ZII K_K 05

TREŚCI PROGRAMOWE

L.p.	LABORATORIUM	Liczba godzin	
		S	N
L1	Wprowadzenie do AI w obsłudze klienta Omówienie typów systemów AI: chatboty, voiceboty, systemy rekomendacji. Przykłady zastosowań: bankowość, e-commerce, telekomunikacja, administracja.	2	2
L2	Podstawy pracy z danymi tekstowymi NLP: tokenizacja, lematyzacja, analiza sentymentu. Przetwarzanie zgłoszeń klientów (helpdesk, social media).	2	2
L3	Chatboty i automatyzacja obsługi Tworzenie bota w środowisku chmurowym (Azure Bot Service / Power Virtual Agents / Dialogflow). Reguły, intencje, odpowiedzi kontekstowe.	3	3
L4	Systemy rekomendacyjne w obsłudze klienta Cross-selling, up-selling, personalizacja komunikatów. Praca na gotowych modelach rekomendacyjnych.	2	2
L5	Analiza jakości interakcji klient-AI Metryki efektywności chatbotów. Błędy AI, cold start, analiza niezrozumianych zapytań.	2	2
L6	AI w contact center Klasyfikacja zgłoszeń, priorytetyzacja, analiza emocji. Case study: automatyczne kategoryzowanie ticketów.	2	2
L7	Aspekty prawne i etyczne Obowiązki informacyjne, transparentność. Praca z danymi wrażliwymi. Ryzyka reputacyjne.	2	2
RAZEM		15	15

FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA LABORATORIUM: Sprawozdanie z pracy indywidualnej, prezentacja – ocena jakościowa.

METODY I FORMY DYDAKTYCZNE

1.	objaśnienie
2.	ćwiczenia laboratoryjne
3.	Praca z programem – praca zespołowa.

4.	Praca z programem – praca samodzielna.		
NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1.	prezentacja multimedialna		
2.	platforma e-learningowa		
OPROGRAMOWANIE			
1.	Power Virtual Agents / Copilot Studio		
2.	Pakiet biurowy (MS Office lub Libre Office)		
3.	Microsoft Azure		
OBCIĄŻENIE STUDENTA PRACĄ			
Forma aktywności		Liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		tryb stacjonarny	tryb niestacjonarny
1.	godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim	15	15
2.	samodzielne przygotowanie się do zajęć	10	10
3.	przygotowanie do zaliczenia/egzaminu	10	10
4.	konsultacje	1	1
5.	zapoznanie się z literaturą	14	14
6.	zaliczenie/egzamin	-	-
SUMA GODZIN		50	50
LICZBA PUNKTÓW ECTS		2	2
LITERATURA PODSTAWOWA			
1.	Przegląd polskich zasobów językowych w otwartym dostępie o znaczącym potencjale dla AI w biznesie, Raport, otwarty dostęp ai.gov.pl		
2.	B. Antczak, A. Antczak-Barzan, Efektywne sposoby pozyskiwania klienta : Podstawowe zagadnienia z obszaru marketingu i public relations, Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi, 2015		
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA I ŹRÓDŁA PRAWA			
1.	J. Blount, A. Iannarino, AI w rękach sprzedawcy. Jak zwiększyć efektywność sprzedaży i zdominować rynek, Helion, 2025		
2.	P. Virji, Wpływowy content marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2024		
3.	Kersten K., Sztuczna inteligencja w marketingu i obsłudze klienta, 2023		
4.	M. Karpińska-Kraskowiak, Kapitał marki w mediach społecznościowych, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2018		
INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE:			
1.	PLATFORMA MOODLE zawiera: ▪ materiały dydaktyczne do przedmiotu ▪ przedmiotowe efekty uczenia się ▪ zalecaną literaturę ▪ warunki i kryteria zaliczenia przedmiotu		
2.	BIBLIOTEKA WSZOP zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej, w tym dostęp do zbiorów cyfrowych i Platformy IBUK Libra		
3.	ELEKTRONICZNY NIEZBĘDNIK STUDENTA zawiera: ▪ kierunkowe efekty uczenia się ▪ karty przedmiotów ▪ terminy konsultacji nauczycieli akademickich		
4.	WIRTUALNY DZIEKANAT zawiera: ▪ harmonogram zajęć na bieżący semestr ▪ harmonogram sesji egzaminacyjnej ▪ ogłoszenia dotyczące organizacji roku akademickiego		

5.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny jakościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ w pełni – ocena bardzo dobry ▪ z niewielkimi niedociągnięciami – ocena dobry plus ▪ z brakami, które można uzupełnić – ocena dobry ▪ z istotnymi brakami, które można uzupełnić – ocena dostateczny plus ▪ z istotnymi brakami na minimalnym poziomie – ocena dostateczny lub ▪ nie zostały osiągnięte – ocena niedostateczny.
6.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny ilościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ 91-100% sumy – ocena bardzo dobry ▪ 81-90% – ocena dobry plus ▪ 71-80% – ocena dobry ▪ 61-70% – ocena dostateczny plus ▪ 51-60% – ocena dostateczny lub ▪ 50% i mniej – ocena niedostateczny.
7.	Terminy egzaminów uzgadnia starosta roku z prowadzącym zajęcia
8.	Karta przedmiotu obowiązuje od roku akademickiego 2025/26