

Sztuczna inteligencja w biznesie

Forma studiów: Niestacjonarne

Sposób realizacji studiów: Online

POZNAŃ 2 semestry OD MARCA DOFINANSOWANE

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku sztuczna inteligencja w biznesie:



Liczba miesięcy nauki: **9**



Liczba godzin: **168**



Liczba zjazdów: **11**



Liczba semestrów: **2**

WPROWADZENIE DO GENERATYWNEJ SZTUCZNEJ INTELIGENCJI (16 godz.)

Uczestnicy zapoznają się z pojęciami uczenia maszynowego, sieci neuronowych, generatywnej sztucznej inteligencji, analizy danych, dużych modeli językowych i innych pojęć, koncepcji i metod związanych z szeroko pojętą sztuczną inteligencją. Dzięki temu na głębszym poziomie będą rozumieli korzyści i ograniczenia stojące za tą rodziną technologii, jak również będą w stanie ocenić możliwości wykorzystania jej w swoim środowisku biznesowym.

PRAWNE I ETYCZNE ASPEKTY SZTUCZNEJ INTELIGENCJI (16 godz.)

Aspekty prawne związane z szeroko pojętą generatywną sztuczną inteligencją i docelowo tzw. generalną sztuczną inteligencją to aspekt najbardziej skomplikowany i ponadczasowy. Uczestnicy nie tylko zapoznają się z obecnym prawodawstwem polskim, europejskim i światowym w zakresie generatywnej sztucznej inteligencji, ale również prawa autorskiego i innych aspektów prawnych związanych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji w środowisku biznesowym oraz osobistym.

CYBERBEZPIECZEŃSTWO W RZECZYWISTOŚCI AI I XR (16 godz.)

Jak każda nowa technologia, tak również masowe wykorzystanie generatywnej sztucznej inteligencji i docelowo tzw. generalnej sztucznej inteligencji wiąże się z licznymi niebezpieczeństwami na płaszczyźnie cyfrowej. Z tego powodu w ramach przedmiotu uczestnicy poznają aspekty cyberbezpieczeństwa nie tylko związanego z technologią AI, ale w ogóle, co pozwoli im świadomie kreować relacje na linii człowiek-maszyna, ale również na linii człowiek-człowiek. Poruszone zostaną kwestie nie tylko AI, ale również poszerzonej rzeczywistości XR, do której zmierzamy.

SPOŁECZNE I PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY RELACJI CZŁOWIEK-MASZYNA (16 godz.)

W związku z tym prawdopodobne jest, że coraz więcej interakcji ludzie będą podejmować z maszynami (w tym poprzez wykorzystanie technologii wykorzystującej AI), niezbędnym jest poznanie aspektów psychospołecznych związanych z tą sferą. Dlatego uczestnicy zostaną zaznajomieni z aspektami neurobiologii, psychologii i socjologii

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

relacji na linii człowiek-maszyna.

DATA SCIENCE – FUNDAMENTY, NARZĘDZIA I METODY (16 godz.)

Uczestnicy poznają podstawy data science, metody techniki i narzędzia szeroko pojętej analizy danych, najlepsze praktyki w tym zakresie oraz poznają metody w jaki sposób wprowadzać do firmy kulturę danych.

PROMPT ENGINEERING / PROMPT DESIGN (16 godz.)

Jakość treści generowanych przez narzędzia generatywnej sztucznej inteligencji zależy m.in. od jakości danych wprowadzanych przez użytkowników, a więc od sposobu komunikacji na linii człowiek-AI (prompt design). Stąd uczestnicy poznają naukowo udowodnione sposoby komunikacji na linii człowiek-AI jak również zasady, które powinny być przestrzegane przy tworzeniu rozwiązań programistycznych wykorzystujących technologie AI, szczególnie LLM (prompt engineering).

AI W PRACY BADAWCZEJ I WYWIADZIE GOSPODARCZYM (16 godz.)

Uczestnicy poznają narzędzia oraz praktyczne ich wykorzystanie w pracy i procesie badawczym.

AI W HR – AUTOMATYZACJA PROCESÓW TWARDYCH I MIĘKKICH (8 godz.)

Uczestnicy poznają narzędzia i sposoby wykorzystania narzędzi i technologii gen-AI oraz no-code w procesach związanych z szeroko pojętym HR (zarówno „miękkim”, jak i „twardym”).

AI W PROCESIE ROZWOJU PERSONELU I BUDOWY ORGANIZACJI OPARTEJ NA WIEDZY (8 godz.)

Technologie generatywnej sztucznej inteligencji mogą być wykorzystane również do procesów rozwoju kompetencji pracowników, jak i własnych. W ramach przedmiotu uczestnicy poznają metody, techniki i narzędzia związane z wykorzystaniem LLM w procesie L&D.

WYKORZYSTANIE AI W PROCESACH MARKETINGOWYCH (8 godz.)

Uczestnicy poznają dziesiątki narzędzi gen-AI oraz no-code, które można wykorzystać w marketingu i sprzedaży. Zajęcia prowadzone będą na praktycznych studiach przypadków oraz zadaniach problemowych.

NARZĘDZIA NO-CODE W CODZIENNEJ PRACY MENEDŻERA I W AUTOMATYZACJI PROCESÓW BIZNESOWYCH (24 godz.)

No-code, a więc technologie niewymagające wiedzy programistycznej są w stanie oszczędzić firmie nawet kilkadziesiąt procent (czasu i finansów) na danym procesie. W ramach przedmiotu uczestnicy poznają narzędzia no-code służące do kreacji materiałów marketingowych, stron www, grafik, automatyzacji i innych czynności biznesowych.

Etapy wdrażania AI w organizacji (8 godz.)

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Etapy wdrażania AI w organizacji

Forma zaliczenia



projekt grupowy i jego
obrona

<https://www.merito.pl/poznan/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/kierunki/sztuczna-inteligencja-w-biznesie>