

Program studiów podyplomowych
Budowanie produktów cyfrowych
 rok akademicki 2026/2027

	Nazwa przedmiotów	Liczba godzin
1	Spotkanie organizacyjne	2
2	Myślenie produktowe i identyfikacja problemów rynkowych	12
3	Product Discovery i badania użytkowników	24
4	Koncepcja produktu i propozycja wartości	16
5	Projektowanie MVP (UX i prototypowanie)	16
6	Budowanie MVP z użyciem no-code i AI	48
7	Testy rynkowe, eksperymenty i metryki produktowe	20
8	Wprowadzenie produktu na rynek i skalowanie	12
9	Pitch, finansowanie i demo day	12
	Łącznie	162

1. Spotkanie organizacyjne (2 h)
 - poznanie struktury studiów, zasad zaliczeń i sposobu pracy
 - omówienie narzędzi wykorzystywanych w trakcie programu
 - zawiązanie zespołów projektowych
 - wprowadzenie do pracy warsztatowej i projektowej

2. Myślenie produktowe i identyfikacja problemów rynkowych (12 h)
 - zrozumienie, czym jest nowoczesne myślenie produktowe i rola product managera lub foundera
 - identyfikacja realnych problemów użytkowników i rynku
 - analiza trendów, nisz i okazji rynkowych
 - formułowanie problemów w sposób umożliwiający ich walidację
 - praca nad pierwszymi hipotezami wartości produktu

3. Product Discovery i badania użytkowników (24 h)
 - planowanie i prowadzenie wywiadów z użytkownikami
 - nauka zadawania właściwych pytań i unikania błędów badawczych
 - testowanie problemów i wstępnych koncepcji rozwiązań
 - synteza insightów i wyciąganie wniosków z badań
 - podejmowanie decyzji produktowych w oparciu o dane jakościowe

4. Koncepcja produktu i propozycja wartości (16 h)
 - definiowanie grupy docelowej i segmentów użytkowników
 - budowanie propozycji wartości produktu
 - mapowanie ścieżki użytkownika
 - wybór kluczowych funkcjonalności produktu
 - określenie zakresu MVP i priorytetów rozwojowych

5. Projektowanie MVP – myślenie produktowe i praca z AI (16 h)
 - definiowanie, co faktycznie musi znaleźć się w MVP, a co jest zbędne na tym etapie przekładanie problemu użytkownika i hipotez biznesowych na założenia produktowe
 - identyfikowanie ryzyk w budowie produktów z użyciem AI i no-code
 - nauka formułowania precyzyjnych instrukcji i kontekstu dla modeli językowych
 - budowanie zestawów promptów ograniczających błędy i halucynacje AI
 - krytyczna ocena efektów pracy AI z perspektywy użytkownika i biznesu

6. Budowanie MVP z użyciem no-code i AI (48 h)
 - budowanie działających MVP w narzędziach no-code i AI (np. Lovable)
 - wykorzystanie modeli językowych do generowania logiki produktu i przepływów

 - iterowanie produktu bezpośrednio na działającym rozwiązaniu
 - szybkie wprowadzanie zmian w oparciu o feedback użytkowników
 - testowanie hipotez produktowych w realnym środowisku
 - praca nad „wystarczająco dobrym UX” skupionym na użyteczności
 - rozpoznawanie ograniczeń narzędzi AI i reagowanie na nie pragmatycznie
 - przygotowanie MVP do testów rynkowych i dalszej iteracji

7. Testy rynkowe, eksperymenty i metryki produktowe (20 h)
 - planowanie i przeprowadzanie eksperymentów rynkowych
 - definiowanie i mierzenie kluczowych metryk produktu
 - analiza zachowań użytkowników i wyników testów
 - podejmowanie decyzji o iteracji, pivotach lub zakończeniu rozwoju
 - praca z danymi w warunkach niepewności

8. Wprowadzenie produktu na rynek (12 h)
 - przygotowanie strategii wejścia produktu na rynek
 - podstawy marketingu i growthu dla produktów cyfrowych
 - myślenie o skalowaniu produktu i zespołu
 - identyfikacja ryzyk biznesowych i operacyjnych
 - planowanie dalszego rozwoju produktu po MVP

9. Pitch, finansowanie i demo day – projekt dyplomowy (12 h)
 - przygotowanie prezentacji produktowej i pitch decka
 - nauka opowiadania historii produktu i jego wartości
 - prezentacja produktu przed praktykami biznesu
 - zbieranie feedbacku i rekomendacji do dalszego rozwoju
 - obrona studiów w formie pitchu i demo produktu