

Growth & CRO Designer

STUDIA PODYPLOMOWE

Sposób realizacji: Online

Obszar studiów: IT / Big Data / AI • Marketing i sprzedaż

Cechy: Od marca • Polski

To kierunek dla osób, które :

- pracują w UX i chcą lepiej rozumieć dane oraz optymalizować konwersje w projektach cyfrowych,
- analizują zachowania użytkowników i szukają narzędzi do skuteczniejszego działania,
- rozwijają się w marketingu digital i chcą połączyć projektowanie z analizą i testowaniem,
- tworzą interfejsy i chcą, by ich decyzje projektowe realnie zwiększały sprzedaż,
- myślą o przebranżowieniu i chcą zdobyć praktyczne kompetencje poszukiwane na rynku.



Dodatkowe, istotne informacje o kierunku

- Studia podyplomowe z Conversion Design to specjalistyczne studia, które mają na celu rozwinięcie kompetencji w **zakresie optymalizacji konwersji w projektowaniu doświadczeń użytkownika (UX)**.
- Conversion Designer to kompetencje, które **łączą zaawansowane umiejętności z dziedziny UX designu z analizą danych, testami A/B oraz ciągłym monitorowaniem** i doskonaleniem procesu konwersji w projektowaniu produktów cyfrowych.

WAŻNE! Przed rozpoczęciem studiów uczestnicy zostaną poddani testowi/egzaminowi kwalifikacyjnemu, aby potwierdzić swoje kompetencje w zakresie UX oraz ich przygotowanie do specjalizacji Conversion Designer.

4

bezpłatne szkolenia

87%

uczestników poleca studia podyplomowe

Źródło: „Badanie satysfakcji ze studiów 2025”.

Dostęp online

Wysoka jakość kształcenia. Wszystkie materiały dydaktyczne będą dostępne dla Ciebie online.

89%

pracodawców ocenia bardzo dobrze lub dobrze współpracę z naszymi uniwersytetami

Źródło: "Badanie opinii pracodawców, 2024"

Kadra złożona z praktyków

Zajęcia prowadzą eksperci i pasjonaci swojej dziedziny, którzy mają realne doświadczenie.

Networking i rozwój kompetencji

Studia rozwijają kompetencje niezależnie od doświadczenia. Dzięki interaktywnym zajęciom i wymianie doświadczeń z innymi zyskasz wiedzę, umiejętności i cenne kontakty.

Praktyczny charakter studiów:

- na zajęciach dominują warsztaty, ćwiczenia i case studies,
- prace projektowe przygotowywane są zespołowo.

Program studiów

9

Liczba miesięcy nauki

162

Liczba godzin zajęć

2

Liczba semestrów

Moduł 1: Wprowadzenie do Conversion Design (36 godz.)

- Rola Conversion Designera i znaczenie optymalizacji konwersji w projektowaniu UX
- Kluczowe metryki konwersji i analiza lejka konwersji



- Wykorzystanie danych analitycznych w celu identyfikacji obszarów do poprawy

Moduł 2: Testy A/B i wielowariantowe (36 godz.)

- Planowanie i przeprowadzanie testów A/B
- Testy wielowariantowe i optymalizacja wielu elementów jednocześnie
- Analiza wyników testów i wyciąganie wniosków

Moduł 3: Monitorowanie i analiza - analityka 360 (40 godz.)

- Ciągłe monitorowanie doświadczenia użytkownika
- Analityka behawioralna i analiza ich zachowań
- Mierzenie kluczowych kliknięć i wskaźników
- Wykorzystanie narzędzi analitycznych do zbierania i interpretacji danych

Moduł 4: Lejek konwersji (36 godz.)

- Monitorowanie i optymalizacja lejka konwersji
- Identyfikowanie kluczowych bolączek i porzuceń
- Testowanie i doskonalenie procesu konwersji
- Wykorzystanie danych analitycznych do podejmowania decyzji projektowych

Moduł 5: Doskonalenie UX na podstawie analizy danych (14 godz.)

- Analiza danych i jej wpływ na projektowanie UX
- Wykorzystanie danych do identyfikacji obszarów do poprawy
- Iteracyjne doskonalenie doświadczeń użytkowników
- Przykłady najlepszych praktyk i case study z optymalizacji konwersji

Warunki przyjęcia na studia

- Musisz mieć **ukończone studia licencjackie, inżynierskie lub magisterskie**.
- Musisz **złożyć komplet dokumentów** i spełnić **wymogi rekrutacyjne**.
- Pamiętaj, że o przyjęciu na studia podyplomowe na naszym uniwersytecie **decyduje kolejność zgłoszeń, złożenia kompletu dokumentów i spełnienia** wymogów rekrutacyjnych.

Możliwości dofinansowania

- Pierwsi zyskują najwięcej! **Im szybciej się zapiszesz, z tym większej zniżki skorzystasz.**
- Oferujemy również specjalne, większe **zniżki dla naszych absolwentów**.
- Możesz skorzystać z **dofinansowania** z Bazy Usług Rozwojowych.
- Pracodawca może dofinansować Ci studia, otrzymując dodatkową zniżkę w ramach **Programu Firma**.



[Dowiedz się więcej](#)

▪ Warto sprawdzić możliwości **dofinansowania z KFS**.

[Dowiedz się więcej](#)

Czego się nauczysz?

- Nauczysz się **analizować dane i metryki UX**, by wskazać, co naprawdę wpływa na konwersję.
 - Opanujesz **prorowadzenie testów A/B** i wielowariantowych oraz interpretację ich wyników.
 - Dowiesz się, jak **projektować i optymalizować lejek konwersji krok po kroku**. Zyskasz umiejętność przygotowania i monitorowania przekrojowego lejka konwersji oraz identyfikowania obszarów do poprawy.
 - Przećwiczysz, jak **wykrywać problemy UX** i zamieniać je w konkretne usprawnienia.
 - Zrozumiesz **kluczowe metryki konwersji**, takie jak współczynnik konwersji, średnia wartość zamówienia, wskaźnik porzucenia koszyka itp.
 - Będiesz **potrafił monitorować i analizować dane**, w tym obserwować sesje użytkowników i mierzyć kluczowe zdarzenia.
 - Poznasz **techniki warsztatowe niezbędne do generowania usprawnień** i hipotez wzrostowych w produkcie cyfrowym.
 - Dowiesz się, jak prawidłowo **tworzyć i walidować cele biznesowe**.
-
- Nauczysz się, jak **przeprowadzać audyty i tworzyć mapy wpływów**, które będą podstawą do tworzenia metryk i wzrostów.
 - Otrzymasz narzędzia warsztatowe do tego, by **walidować i wybierać optymalne rozwiązania i funkcjonalności**.
 - Nauczysz się, jak decydować o **MVP dla konkretnych obszarów** i wytyczać metryki i mapę rozwoju.
 - Otrzymasz wiedzę o tym, jak **łączyć różne techniki badawcze**, by szybko walidować potencjał i wdrożenie nowych rozwiązań.

Ceny

Dla Kandydatów

1 rok

2 raty **3050 zł** (2 x 3050 zł)

10 rat **675 zł** (10 x 675 zł)

Cena jednorazowa: **5900 zł**



Dla naszych absolwentów

1 rok

2 raty	3050 zł (2 x 3050 zł)
10 rat	675 zł (10 x 675 zł)

Cena jednorazowa: **5900 zł**

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.