**Standardy pracy dyplomowej – licencjackiej**

Filia w Jeleniej Górze

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

1. Wymagania ogólne
   1. Praca dyplomowa – licencjacka powinna być opracowaniem określonego zagadnienia naukowego prezentującym ogólną wiedzę i umiejętności studenta związane z danym kierunkiem studiów, poziomem studiów pierwszego stopnia i profilem kształcenia.
   2. Temat pracy dyplomowej– licencjackiej powinien być związany z efektami uczenia się przyjętymi dla kierunku studiów.
   3. Praca dyplomowa – licencjacka z dyscyplin uzupełniających dla kierunku, powinna być osadzona w dyscyplinie podstawowej.
2. Wymogi merytoryczne
   1. Praca powinna zawierać:
   * sformułowanie problemu badawczego (pytań badawczych), hipotezy badawczej, celu pracy i zakresu badań,
   * zastosowanie określonej metody badawczej,
   * wykorzystanie odpowiednich narzędzi analitycznych,
   * sformułowanie wniosków na podstawie przeprowadzonej analizy.
   1. Struktura pracy powinna prowadzić do osiągnięcia jej celu
   2. Przygotowanie pracy dyplomowej – licencjackiej powinno u studenta ukształtować umiejętności:

* poszerzania wiedzy przez samodzielne studia literatury przedmiotu,
* powiązania problemu z literaturą przedmiotu,
* diagnozy i oceny problemu w badanym podmiocie gospodarczym lub instytucji,
* projektowania nowych rozwiązań lub modyfikacji istniejących,
* stosowania warsztatu badawczego, a w szczególności stosowania metod pracy naukowej,
* identyfikowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi absolwent będzie miał do czynienia w praktyce,
* dostrzegania prawidłowości występujących w obrębie tych zjawisk,
* czynnego posługiwania się wiedzą nabytą w czasie studiów i wykorzystania jej w zastosowaniu do praktyki lub do wnioskowania teoretycznego,
* prowadzenia logicznego toku wywodów i posługiwania się jasnym i precyzyjnym językiem.

1. Wymagania dotyczące charakteru pracy

Praca dyplomowa – licencjacka powinna mieć charakter badawczy i może przyjąć formę:

* raportu z badań,
* analizy wybranego obszaru działalności firmy (instytucji, urzędu) (przykładowo: sytuacja finansowa, majątek firmy, zatrudnienie, marketing, organizacja pracy),
* projektu dotyczącego rozwiązania konkretnego problemu funkcjonowania firmy (instytucji, urzędu).

1. Wymagania regulaminowe

Praca dyplomowa – licencjacka:

* jest samodzielną pracą studenta przygotowywaną pod kierunkiem promotora,
* umożliwia absolwentowi uzyskanie tytułu zawodowego licencjata,
* podlega recenzji,
* podlega obronie w trakcie egzaminu dyplomowego.

1. Wymogi formalne

* Układ pracy: praca zawiera, poza rozdziałami, tytuł i streszczenie w języku angielskim, spis treści, wstęp i zakończenie.
* We wstępie należy zarysować ogólne tło badanego zagadnienia, wskazać przesłanki wyboru tematu pracy, sformułować problem badawczy, hipotezę badawczą, określić cel i zakres pracy, wskazać metody badawcze, zwięźle scharakteryzować wykorzystaną literaturę przedmiotu i materiały źródłowe, a także przedstawić ogólne informacje o zawartości poszczególnych rozdziałów pracy.
* W zakończeniu należy wskazać syntetyczne wnioski wynikające z pracy oraz ewentualnie zasygnalizować możliwości przyszłościowych rozwiązań.
* Przed spisem treści należy umieścić tytuł i streszczenie w języku angielskim (tekst streszczenia maksymalnie 2500 znaków ze spacjami).

Ponadto praca powinna zawierać:

* wykaz cytowanej literatury w kolejności alfabetycznej, zgodny z wymogami opisu bibliograficznego,
* wykaz wykorzystanych aktów prawnych i innych regulacji,
* wykaz innych materiałów źródłowych,
* wykaz tablic / tabel,
* wykaz rysunków (schematów, map, itp.),
* wykaz załączników.

Standardowy układ strony tytułowej w załączeniu.

1. Wymogi edytorskie
   * + format arkusza papieru: A4 (wydruk jednostronny),
     + czcionka podstawowa: Times New Roman,
     + wielkość czcionki podstawowej: 12 pkt,
     + odstęp między wierszami: 1,5 wiersza,
     + marginesy: górny 2,5 cm; dolny 2,5 cm; lewy 3,5 cm; prawy 1,6 cm,
     + wyrównanie tekstu do obu marginesów,
     + wcięcia akapitowe: 0,5 cm,
     + numeracja ciągła wszystkich stron pracy,
     + przypisy dolne: wielkość czcionki 10 pkt.

**Standardy pracy dyplomowej – magisterskiej**

Filia w Jeleniej Górze

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

1. Wymagania ogólne
   1. Praca dyplomowa – magisterska powinna być opracowaniem określonego zagadnienia naukowego prezentującym ogólną wiedzę i umiejętności studenta związane z danym kierunkiem studiów, poziomem studiów drugiego stopnia i profilem kształcenia.
   2. Temat pracy dyplomowej– magisterskiej powinien być związany z efektami uczenia się przyjętymi dla kierunku studiów.
   3. Praca dyplomowa – magisterska z dyscyplin uzupełniających dla kierunku, powinna być osadzona w dyscyplinie podstawowej.
2. Wymogi merytoryczne
   1. Praca powinna zawierać:

* sformułowanie problemu badawczego (pytań badawczych), hipotezy badawczej, celu pracy  
  i zakresu badań,
  + osadzenie problemu badawczego w szeroko cytowanej literaturze przedmiotu,
  + zastosowanie określonej metody badawczej,
  + wykorzystanie odpowiednich narzędzi analitycznych,
  + sformułowanie wniosków na podstawie przeprowadzonej analizy.
  1. Struktura pracy powinna prowadzić do osiągnięcia jej celu.
  2. Przygotowanie pracy dyplomowej – magisterskiej powinno u studenta ukształtować umiejętności:
* poszerzania wiedzy przez samodzielne studia literatury przedmiotu,
* krytycznej oceny dorobku teoretycznego w zakresie tematyki pracy,
* osadzenia problemu w literaturze,
* diagnozy i oceny problemu w badanym podmiocie gospodarczym lub instytucji,
* projektowania nowych rozwiązań lub modyfikacji istniejących,
* stosowania warsztatu badawczego, a w szczególności stosowania metod pracy naukowej,
* identyfikowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi absolwent będzie miał do czynienia w praktyce,
* dostrzegania prawidłowości występujących w obrębie tych zjawisk,
* czynnego posługiwania się wiedzą nabytą w czasie studiów i wykorzystania jej w zastosowaniu do praktyki lub do wnioskowania teoretycznego,
* prowadzenia logicznego toku wywodów i posługiwania się jasnym i precyzyjnym językiem.

1. Wymagania dotyczące charakteru pracy

Praca dyplomowa – magisterska powinna mieć charakter:

* badawczy – autor identyfikuje zależności między zjawiskami gospodarczymi,

lub

* projektodawczy – autor identyfikuje zależności między zjawiskach gospodarczymi i proponuje nowe rozwiązania praktyczne.

1. Wymagania regulaminowe

Praca dyplomowa – magisterska:

* jest samodzielną pracą studenta przygotowywaną pod kierunkiem promotora,
* umożliwia absolwentowi uzyskanie tytułu zawodowego magistra,
* podlega recenzji,
* podlega obronie w trakcie egzaminu dyplomowego.

1. Wymogi formalne

* Układ pracy: praca zawiera, poza rozdziałami, tytuł i streszczenie w języku angielskim, spis treści, wstęp i zakończenie.
* We wstępie należy zarysować ogólne tło badanego zagadnienia, wskazać przesłanki wyboru tematu pracy, sformułować problem badawczy, hipotezę badawczą, określić cel i zakres pracy, wskazać metody badawcze, zwięźle scharakteryzować wykorzystaną literaturę przedmiotu i materiały źródłowe, a także przedstawić ogólne informacje o zawartości poszczególnych rozdziałów pracy.
* W zakończeniu należy wskazać syntetyczne wnioski wynikające z pracy oraz ewentualnie zasygnalizować możliwości przyszłościowych rozwiązań.
* Przed spisem treści należy umieścić tytuł i streszczenie w języku angielskim (tekst streszczenia maksymalnie 2500 znaków ze spacjami).

Ponadto praca powinna zawierać:

* wykaz cytowanej literatury w kolejności alfabetycznej, zgodny z wymogami opisu bibliograficznego,
* wykaz wykorzystanych aktów prawnych i innych regulacji,
* wykaz innych materiałów źródłowych,
* wykaz tablic / tabel,
* wykaz rysunków (schematów, map, itp.),
* wykaz załączników.

Standardowy układ strony tytułowej w załączeniu.

1. Wymogi edytorskie
   * + format arkusza papieru: A4 (wydruk jednostronny),
     + czcionka podstawowa: Times New Roman,
     + wielkość czcionki podstawowej: 12 pkt,
     + odstęp między wierszami: 1,5 wiersza,
     + marginesy: górny 2,5 cm; dolny 2,5 cm; lewy 3,5 cm; prawy 1,6 cm,
     + wyrównanie tekstu do obu marginesów,
     + wcięcia akapitowe: 0,5 cm,
     + numeracja ciągła wszystkich stron pracy,
     + przypisy dolne: wielkość czcionki 10 pkt.

**Zasady opracowania pracy dyplomowej**

WZÓR SPISU TREŚCI

**Spis treści**

Wstęp ……………………………………………………………………………………..4

**Rozdział 1**

**Istota i znaczenie strategii produktu……………………………………………………** 7

1.1. Pojęcie i miejsce strategii produktu w strukturze strategii przedsiębiorstwa……. 7

1.2. Podstawy kształtowania strategii przedsiębiorstwa……………………………… 14

1.2.1. Podstawy informacyjne………………………………………………. 14

1.2.2. Procedury formułowania strategii produktu…………………………….. 17

1. 3. Rodzaje strategii produktu……………………………….……………………. 19

**Rozdział 2**

**Strategie produktu przedsiębiorstwa X na dotychczas obsługiwanym rynku………** 24

2.1. Charakterystyka rynku przedsiębiorstwa X……………………………………… 24

2.2. Strategia penetracji rynku……………………………………………………… 27

2.3. Strategia modyfikacji produktu………………………………………………… 30

2.4. Strategia innowacji produktowych…………………………………………….. 34

2.5. Ocena skuteczności strategii produktu na dotychczasowym rynku…………… 38

**Rozdział 3**

**Strategie produktu przedsiębiorstwa X na nowym rynku…………………………….** 41

3.1. Strategie produktu skierowane na nowe segmenty…………………………….. 41

3.1.1. Strategia poszerzania rynku…………………………………………… 41

3.1.2. Strategia poszerzania rynku oparta na modyfikacjach produktu……… 42

3.1.3. Strategia poszerzania rynku oparta na innowacjach produktowych…….. 43

3.2. Strategie produktu na nowym rynku…………………………………………… 44

3.2.1. Strategia ekspansji geograficznej……………………………………… 44

3.2.2. Strategia ekspansji opartej na modyfikacjach produktu………………. 46

3.2.3. Strategia ekspansji opartej na innowacjach produktowych……………… 48

3.3. Ocena skuteczności strategii produktu skierowanych na nowe rynki…………. 50

Zakończenie………………………………………………………………………………. 54

Spis literatury………………………………………………………………………………56

Spis tabel …………………………………………………………………………………. 59

Spis rysunków…………………………………………………………………………….. 60

Spis map…………………………………………………………………………………... 61

Spis fotografii………………………………………………….………………………….. 62

Załączniki…………………………………………………………………………………. 63

WZÓR SPISU TABEL I RYSUNKÓW

### Spis tabel

### Tabela 1.1. Własności funkcjonalno-strukturalne badań rynków zagranicznych 22

### Tabela 2.1. Struktura poznawcza segmentacji rynku międzynarodowego 38

### Tabela 2.2. Siły konkurencyjne oddziałujące w segmencie a atrakcyjność segmentu 43

### Tabela 2.3. Klasyfikacja kryteriów segmentacji międzynarodowej 55

### Tabela 2.4. Przykładowe kryteria stosowane w segmentacji międzynarodowej 56

### Spis rysunków

### Rysunek 1.1. Struktura hierarchiczna badań rynkowych i marketingowych 27

### Rysunek 1.2. Obszary międzynarodowych badań rynkowych i marketingowych 28

### Rysunek 2.1. Warianty segmentacji rynków zagranicznych 49

### Rysunek 2.2. Koncepcja dwustopniowej segmentacji rynku międzynarodowego 49

### Rysunek 2.3. Typologia segmentacji mikroekonomicznej 51

**Zasady umieszczania wzorów matematycznych w tekście pracy dyplomowej**

Równania i wzory matematyczne umieszcza się w tekście pracy wykorzystując funkcje edytora równań. Stosuje się ciągłą numerację wzorów w obrębie rozdziałów lub całej pracy (odpowiednio (1.1), (1.2) lub (1), (2).

**Wymogi edytorskie:** numer wzoru wyrównany do prawej strony w nawiasie okrągłym, wzór wyśrodkowany.

WZÓR FORMUŁY

W tym celu zastosowano współczynnik korelacji rang Spearmana, który wyraża się wzorem:

, rs∈[-1;1] (1)

gdzie:

– różnice między rangami odpowiadających sobie wartości cechy *xi*i cechy *yi*,

*N* – liczebność badanej zbiorowości.

**Zasady umieszczania tabel w tekście pracy dyplomowej**

Przed umieszczeniem tabeli należy ją powołać w tekście pracy (np. W tabeli 1 zestawiono cechy charakterystyczne i rodzaje strategii ekspansji produktu na nowe rynki).

Stosuje się ciągłą numerację tabel w obrębie rozdziałów lub całej pracy (odpowiednio Tabela1.1, Tabela 1.2 lub Tabela 1., Tabela 2.). Jeżeli to możliwe, tabel nie należy dzielić, powinny mieścić się na jednej stronie.

**Wymogi edytorskie:** tytuł wyrównany do lewej strony, czcionka 12 pkt.; wewnątrz tabeli czcionka 10-11 pkt.; źródło wyrównane do lewej strony, czcionka 10 pkt.

WZÓR TABELI

Tabela 1. Charakterystyka i ocena strategii produktu skierowanych na nowe rynki

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cechy**  **Charakterystyczne** | **Ekspansja**  **geograficzna** | **Ekspansja oparta**  **na modyfikacjach**  **produktu** | **Ekspansja oparta**  **na innowacjach**  **produktowych** |
| **Istota** | dążenie do wzrostu sprzedaży dotychczasowego produktu poprzez wejście na nowe rynki geograficzne | rozszerzenie rynków zbytu dla zmodyfikowanego produktu | rozszerzanie rynków zbytu dla nowego produktu |
| **Dominujące przesłanie** | * ograniczone możliwości sprzedaży na dotychczasowym rynku * znaczny potencjał zaangażowany w produkt | * ograniczone możliwości sprzedaży na dotychczasowym rynku * znaczny potencjał zaangażowany w produkt i jego modyfikacje | * ograniczona chłonność dotychczasowego rynku w zakresie innowacji * poszukiwanie ekspansywnie rozwijających się rynków dających szanse rozwoju innowacyjnej firmie |
| ... | ... | ... | ... |

Źródło: W. Wrzosek (red.), *Strategie marketingowe*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2001, s. 127.

**Zasady umieszczania rysunków w tekście pracy dyplomowej**

Przed umieszczeniem rysunku należy go powołać w tekście pracy (np. Rysunek 1.1 prezentuje szczegółowo strukturę hierarchiczną badań). Stosuje się ciągłą numerację rysunków w obrębie rozdziałów lub całej pracy (odpowiednio Rys.1.1, Rys. 1.2 lub Rys. 1., Rys. 2.).

**Wymogi edytorskie:** tytuł wyrównany do lewej strony, czcionka 12 pkt.; rysunek wyśrodkowany; źródło wyrównane do lewej, strony czcionka 10 pkt; legenda lub wyjaśnienia nad tytułem, czcionka10 pkt.

Analogiczne zasady jak przy umieszczaniu rysunków stosuje się do wykresów, schematów, fotografii i map.

WZÓR RYSUNKU

Badania rynkowe

i marketingowe

krajowe

międzynarodowe

pojedynczego

rynku zagranicznego

wielu rynków

zagranicznych

#### Rys. 1.1. Struktura hierarchiczna badań rynkowych i marketingowych według zakresu przestrzennego

Źródło: opracowanie własne.

**Spis literatury**

Wykaz wykorzystanych w pracy źródeł literaturowych umieszcza się po tekście głównym pracy i zakończeniu. Powinien on zawierać wyłącznie pozycje literaturowe (wydawnictwa zwarte i czasopisma) wykorzystane w pracy i przywoływane w przypisach. Pozycje literatury powinny być uporządkowane alfabetycznie według nazwisk autorów i redaktorów prac zbiorowych oraz ponumerowane.

WZÓR SPISU LITERATURY

**Spis literatury**

1. Baran R., *Alianse logistyczne*, „Marketing i Rynek” 1998, nr 1.
2. Berkowitz E., Kerin R., Rudelius W., *Marketing*, Irwin, Homewood, Ill. 1989.
3. Garbarski L., *Zachowania nabywców*, PWE, Warszawa 1998.
4. Kotler Ph., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Gebethner i Ska, Warszawa 1994.
5. Niestrój R., *Zarządzanie marketingiem. Aspekty strategiczne*, PWN, Warszawa 1996.
6. Kukuła K. (red.), *Wprowadzenie do ekonometrii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

**Wykaz aktów prawnych**

Akty prawne należy uporządkować według rangi i chronologicznie, a także ponumerować. W Polsce obowiązuje następująca hierarchia aktów prawnych: konstytucja, ustawy, ratyfikowane umowy międzynarodowe, rozporządzenia, akty prawa miejscowego. W przypadku, gdy następuje kolizja umowy międzynarodowej z ustawą, wówczas pierwszeństwo ma umowa międzynarodowa (art. 87 i 91 Konstytucji RP).

WZÓR WYKAZU AKTÓW PRAWNYCH

1. Ustawa z dnia 7 lipca 2017 r. o Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej, Dz. U. z 2017 r. poz. 1530.
2. Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym, Dz. U. z 2016 r. poz. 1842 z późn. zm.
3. Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych Dz. U. z 2011 r. Nr 179, poz. 1065.
4. Uchwała nr 296.XL.2017 Rady Miejskiej Jeleniej Góry z dnia 31 marca 2017 r. w sprawie sposobu i zakresu świadczenia usług w zakresie odbierania odpadów komunalnych od właścicieli nieruchomości i zagospodarowania tych odpadów Dz. Urz. Woj. Dolnośląskiego z 2017 r. poz. 1880.

**Wykaz innych źródeł**

Do innych źródeł zalicza się materiały wewnętrzne badanej jednostki i źródła internetowe. Inne źródła powinny zostać uporządkowane alfabetycznie i ponumerowane.

WZÓR WYKAZU INNYCH ŹRÓDEŁ

1. Kowalski J. , *Strategie marketingowe wybranych przedsiębiorstw usługowo-przemysłowych*, <http://www.arct.wsnet.pl/art._strategie.html>.
2. Zasady korzystania z usług bankowości elektronicznej BZWBK24 dla firm, <https://static3.bzwbk.pl/asset/r/e/g/regulamin_bzwbk24_firmy_26672>.
3. *Poradnik dobrych praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Katowice, grudzień 2008.

**Przypisy dolne**

1. Rodzaje przypisów:

* przypisy bibliograficzne, zawierające opisy źródeł, z których pochodzą cytaty lub informacje zawarte w tekście – umieszcza się na dole strony w formie notki bibliograficznej z podaniem numerów stron. W przypisach bibliograficznych podaje się pierwszą literę imienia autora i nazwisko.
* przypisy rzeczowe, tj. objaśniające, komentujące fragmenty tekstu, umieszcza się na dole strony w formie notki bibliograficznej wskazującej źródło z podaniem numerów stron. Notkę poprzedza informacja o sposobie wykorzystania źródła, np. Por. (porównaj). Szerzej na ten temat piszą…, Opracowano na podstawie … Inaczej sądzi … Przykłady zastosowań znaleźć można …
* przypisy słownikowe, tj. podające znaczenie terminów obcojęzycznych, staropolskich itp.
* przypisy dygresyjne, tj. przedstawiające własne poglądy autora pracy dotyczące omawianego zagadnienia,
* przypisy odsyłające, stosowane gdy nawiązuje się do omówionych już w pracy zagadnień lub podaje informację, że będą one dokładniej omówione w dalszej części.
  + - * 1. Powołanie się na źródło pierwszy raz w pracy wymaga napisania całej notki bibliograficznej oraz podania numerów stron.

J. Altkorn, *Strategia marki*, Wyd. II PWE, Warszawa 1999, s. 37-42.

* + - * 1. Powołując kolejny raz to samo źródło należy powtórzyć tylko początkowe elementy notki, dodając numer strony. Piszemy wówczas pierwszą literę imienia i nazwisko autora oraz tyle wyrazów tytułu, by można było zidentyfikować źródło, „kropki” i numer strony.

J. Dietl, *Handel we współczesnej* ... , *op. cit*., s. 10. lub …, wyd. cyt., s. 10.

* + - * 1. Jeżeli w kolejnym przypisie powołuje się źródło wymienione w przypisie poprzedzającym, to należy stosować zapis skrócony; w odnośniku pisze się np.:

Tamże, s. 14. lub j. w. , s. 14. lub *Ibidem*, s. 14.

* + - * 1. Cytując za innym autorem opis źródła poprzedzamy go skrótem: Cyt. za:
        2. Dolne przypisy bibliograficzne:

1. książek jednego autora: pierwsza litera imienia i nazwisko autora, tytuł książki, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, strona;

J. Altkorn, *Strategia marki*, wyd. II, PWE, Warszawa 1999, s. 37.

1. książek dwóch (trzech) autorów: pierwsza litera imienia i nazwisko pierwszego autora, pierwsza litera imienia i nazwisko drugiego autora (pierwsza litera imienia i nazwisko trzeciego autora), tytuł książki, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numer strony;

T. Domański, P. Kowalski, *Marketing dla menedżerów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Łódź 1998, s. 46.

1. książek co najmniej czterech autorów: pierwsza litera imienia i nazwisko pierwszego autora, i in., tytuł książki, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numer strony;

Ph. Kotler i in., *Marketing. Podręcznik europejski*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 717.

1. książek redagowanych: pierwsza litera imienia i nazwisko redaktora, (red.), tytuł książki, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numer strony;

M. J. Thomas (red.), *Podręcznik marketingu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 190.

1. prac zbiorowych wielu autorów, których poszczególne części (rozdziały) mają wskazanych autorów: pierwsza litera imienia i nazwisko autora rozdziału, tytuł rozdziału, w: tytuł pracy zbiorowej, red. pierwsza litera imienia i nazwisko redaktora, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numer strony;

B. Słomińska, *Układ podmiotowy handlu*, w: *Globalizacja handlu w Polsce. Szanse i zagrożenia*, red. M. Strużycki, IRWiK, Warszawa 1996, s. 128.

1. artykułów w czasopismach: pierwsza litera imienia i nazwisko autora, tytuł artykułu, tytuł czasopisma w cudzysłowie, rok i numer wydania, numery stron;

H. Mruk, *Metody jakościowe w badaniach marketingowych*, „Marketing i Rynek” 1994, nr 4, s. 34-48.

1. artykułów w Pracach Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu;

M. Przebierska, *Kreowanie kapitału intelektualnego w organizacjach non-profit*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, red. A. Nowakowski, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 342, Wrocław 2013, s. 234-260.

1. referatów w materiałach konferencyjnych: pierwsza litera imienia i nazwisko autora referatu, tytuł referatu, w: materiały z konferencji pt. (tytuł konferencji), ew. tom, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numery stron;

J. Altkorn, *Polityka produktu w opiniach przedsiębiorstw i ekspertów*, w: *Materiały z konferencji pt. „Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego”*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2010, s. 36-48.

1. źródeł statystycznych: tytuł, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, numer strony, tabela, wykres, schemat;

*Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2014*, GUS, Warszawa 2015, s. 110, tab. 51.

1. aktów normatywnych: tytuł przepisu prawnego (ustawa rozporządzenie, zarządzenie) z dnia ... roku ..., Wydawnictwo (Dziennik Ustaw, Dziennik Urzędowy) rok, nr , pozycja, art. X;

Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym*, Dz. U. z 2016 r. poz. 1842 z późn. zm. art. 167.

1. źródeł internetowych: pierwsza litera imienia i nazwisko autora, tytuł artykułu, adres internetowy, data dostępu do strony www;

J. Kowalski, *Strategie marketingowe wybranych przedsiębiorstw usługowo-przemysłowych*, <http://www.arct.wsnet.pl/art._strategie.html> [dostęp: 23 kwietnia 2017 r.];

lub jeśli nie jest możliwe podanie autora/tytułu artykułu zaleca się podanie nazwy portalu (serwisu) i podstrony (zakładki) oraz adresu internetowego i daty dostępu do strony www.

NBP*, Pieniądz,* https://www.nbportal.pl/rozrywka/filmy/filmy-animowane/pieniadz

[dostęp: 22.02.2020 r.]

Coinmarketcap, *Top 100 Cryptocurrencies by Market Capitalization*, https://coinmarketcap.com/ [dostęp: 22.02.2020 r.]