

TYTUŁ ARTYKUŁU (TNR bold 12pkt)

Imię NAZWISKO (TNR bold 12 pkt)

NAZWA UCZELNI (**lub inna afiliacja**) (TNR 12 pkt)

NAZWA WYDZIAŁU i/lub INSTYTUTU/KATEDRY (**jeśli jest konieczna**) (TNR 12 pkt)

Streszczenie. Tekst w języku polskim (TNR 10 pkt)

Słowa kluczowe: 3-5 słów kluczowych (TNR 10 pkt)

Wstęp (TNR bold 12 pkt)

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst (12 TNR)

1. Tytuł podrozdziału (12 TNR bold)

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst (12 TNR)

2. Tytuł podrozdziału (12 TNR bold)

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst (12 TNR)

3. Tytuł podrozdziału (12 TNR bold)

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst (12 TNR)

3.1. Tytuł podrozdziału (12 TNR bold)

Podsumowanie (TNR bold 12 pkt)

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst
Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst (12 TNR)

TITLE OF THE PAPER (TNR bold 10 pkt)

Summary. Text of the summary in English (TNR 10 pkt)

Key words: from 3 5 key words (TNR 10 pkt)

BIBLIOGRAFIA (11 TNR) (przykład formatowania)

- [1] BATTELLE J., 2007, *Szukaj. Jak Google i konkurencja wywołali biznesową i kulturową rewolucję*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- [2] BENDYK E., 2011, *Sposób na nadmiar informacji*, „Polityka”, wydanie specjalne: „Niezbędnik Inteligenta Plus”, nr 8.
- [3] BRANDT R.L., 2011, *Potęga Google'a*, Znak, Kraków.
- [4] BRYCZ B., DUDYCZ T., 2010, *Case study jako popularna metoda w naukach o zarządzaniu*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 3 (16).
- [5] CYGLER J., 2002, *Alianse strategiczne*, Difin, Warszawa.
- [6] DAS T.K., TENG B.-S., 2002, *A Social Exchange Theory of Strategic Alliances*, [w:] F.J. Contractor, P. Lorange (eds.), Elsevier, Oxford.
- [7] FLYVBJERG B., 2004, *Five misunderstandings about case-study research*, [in:] C. Seale, G. Gobo, J.F. Gubrium, D. Silverman (eds.), *Qualitative Research Practice*, Sage, London and Thousand Oaks, CA.
- [8] GORYNIA M., 2007, *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- [9] KARAŚ M., 2014, *Studium przypadku jako narzędzie badawcze*, [w:] K. Kuciński (red.), *Naukowe badanie zjawisk gospodarczych. Perspektywa metodologiczna*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- [10] MECKI R., 1995, *Zur Planung internationaler Unternehmenskooperation*, „Zeitschrift für Planung”, NR. 1.

NETOGRAFIA (11 TNR) (przykład formatowania)

- [1] BRIAN M., 2013, *Google partners with Hyundai and Kia Motors to integrate Google Maps and Places into new car models*, <http://thenextweb.com/google/2013/01/02/google-partners-with-kia-motors-to-integrate-google-maps-and-places-into-new-car-models/?fromcat=all> (15.05.2014).

- [2] CHICKOWSKI E., 2011, *Top Google Partners Form Cloud Alliance*, <http://www.channelinsider.com/c/a/Cloud-Computing/Top-Google-Partners-Form-Cloud-Alliance-288634/> (17.05.2014).
- [3] COOLS K., ROOS A., 2008, *The strategic logic of alliance*, Boston Consulting Group, <http://www.bcg.com/documents/file14835.pdf> (12.07.2014).
- [4] DEMBOWSKI P., 2013, *Największe sukcesy i porażki Google*, <http://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/2013/05/najwieksze-sukcesy-i-porazki-google,4.aspx> (18.05.2014).
- [5] DOBROPROGRAMY, 2013, <http://www.dobroprogramy.pl/Statystyki-urzedzen-mobilnych-w-Q3-2013-Android-kontynuujedominacje-a-Windows-Phone-podwaja-udzial-w-rynku,News,49002.html> (17.05.2014).
- [6] GAZETA PRAWNA, 2014, <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/798695,najcenniejsze-marki-swiata-2014-google-pokonalo-apple.html> (15.07.2014).
- [7] GOOGLE, 2014a, *Fox Interactive Media Enters Into Landmark Agreement with Google Inc.*, <http://investor.google.com/releases/2006/0807.html> (14.05.2014).
- [8] GOOGLE, 2014b, <https://www.google.pl/mobile/play/#promo-1> (17.05.2014).
- [9] RGR, 2014, http://polish.ruvr.ru/2014_01_08/Google-przekonalo-Audi-i-Honde-do-zastosowania-systemu-Android/ (14.05.2014).
- [10] SALESFORCE, 2014, *Salesforce.com and Google Form Strategic Global Alliance*, <http://www.salesforce.com/company/news-press/press-releases/2007/06/070605.jsp> (16.05.2014).
- [11] TAYLOR F., 2008, *New Stats for Google Earth – Over 350 Million Downloads*, http://www.gearthblog.com/blog/archives/2008/02/new_stats_for_google_earth_over_350.html (18.05.2014).

UWAGA: Dla materiałów z Internetu należy podać datę dostępu (w nawiasie).