Imię Nazwisko [ewentualni dalsi autorzy po przecinku]
Wydział, rok studiów
Nazwa uczelni

TYTUŁ REFERATU

Streszczenie

Tekst streszczenia, Tekst streszczenia.

***

1. Wprowadzenie

Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu.

2. Tytuł punktu

Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, referatu, Tekst referatu[1].

Tabela 1. Tytuł tabeli

Źródło: opracowanie własne

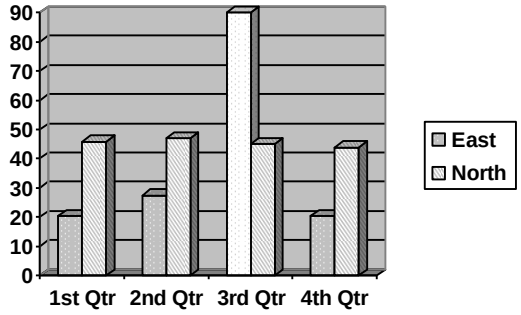
3. Tytuł punktu

Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu[2], Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu[3], Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu.

[1] Borusiak B, Sławińska M.: *Nowe trendy w procesach dystrybucji*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 2002, [dostępne na:] www.swiatmarketingu.pl/pages/i/1/5024.php, 25.09.2008.
[2] Kotler P.: *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994, s. 27.
[3] Wrzosek W., *Przewaga konkurencyjna*, „Marketing i Rynek”, 1999, nr 7, s. 2-8.

4. i następne ewentualne punkty - jak uprzednie

Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu.



Rysunek 1. Tytuł rysunku

Źródło: opracowanie własne na podstawie: …….

5. Zakończenie

Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu[4], Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu, Tekst referatu[5], Tekst referatu, Tekst referatu.

Literatura [w porządku alfabetycznym]

1. Borusiak B, Sławińska M., *Nowe trendy w procesach dystrybucji*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 2002, [dostępne na:] www.swiatmarketingu.pl/pages/i/1/5024.php, 25.09.2008.
2. Kotler P., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994.
3. Wrzosek W., *Przewaga konkurencyjna*, „Marketing i Rynek", 1999, nr 7.
4. *Wskaźniki marketingowe*, Praca zbiorowa pod red. R. Kozielskiego, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.

[4] *Wskaźniki marketingowe,* praca zbiorowa pod red. R. Kozielskiego, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 21-34.

[5] *Wskaźniki …, op. cit.*, s. 157-178.