**WYMOGI EDYTORSKIE**

**DOTYCZĄCE TEKSTÓW SKŁADANYCH DO PUBLIKACJI POKONFERENCYJNEJ**

1. Objętość artykułu nie powinna przekraczać 1 arkusza wydawniczego (ok. 20 stron).
2. Lewa górna strona – imię i nazwisko autora/autorów, afiliacja (uczelnia), e-mail, telefon kontaktowy.
3. Tytuł artykułu w języku polskim i angielskim, wyśrodkowane.
4. Krótkie streszczenie artykułu (maks. 10 wierszy) oraz słowa kluczowe w języku angielskim – po tekście zasadniczym.
5. Format tekstu – MS Word. Tekst zasadniczy – czcionka podstawowa: Times New Roman 12 pkt., tytuły i podtytuły czcionką wytłuszczoną – 14 pkt., marginesy – wszystkie 2,5 cm. Tekst wyjustowany (wyrównanie do prawej i lewej), pojedyncze spacje (odstępy). Interlinia (odstęp między wierszami) – 1,5 wiersza. Wcięcie akapitowe (pierwszy wiersz) – 1,25 cm. Numer strony – u dołu w prawym rogu.
6. Tabele, wykresy i schematy – czcionka 10 pkt. (w szarościach – nie w kolorze); nie mogą wychodzić poza marginesy.
7. Przypisy na dole strony – 10 pkt., interlinia 1 wiersz. Bibliografia na końcu artykułu, w porządku alfabetycznym.

**Wzór przypisów:**

1 R. B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Wyd. nowe poszerzone, Gdańskie Wyd. Psychologiczne, Gdańsk 2009, s. 36.

2 Ch. Taylor, *Nowoczesne imaginaria społeczne,* przeł. A. Puchejda i K. Szymaniak. Wyd. Znak, Kraków 2010, s. 23.

3 M. A. Rybakowska, *Symulakry wolności*, „Nowe Media” 2013, nr 5 (3), s. 174.

**Wzór bibliografii:**

1. Wojciszke B., *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2009.
2. Sennett R., *Razem. Rytuały, zalety i zasady współpracy*, przeł. J. Dzierzgowski. Warszawskie Wyd. Literackie MUZA S.A., Warszawa 2013.
3. Szpringer W., *Wpływ nowych technologii na ochronę praw własności intelektualnej w internecie,* „**E-mentor**” **2015, nr 1 (58), http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/podglad/numer/58/id/1157, 17.03.2015.**
4. Maison D., Maliszewski N., *Co to jest reklama społeczna*, w: *Propaganda dobrych serc, czyli rzecz o reklamie społecznej*, red. D. Maison, P. Wasilewski. Wyd. II, Wyd. Agencja Wasilewski, Kraków 2008.

Dostarczone artykuły będą podlegały wstępnej ocenie merytorycznej i formalnej, dokonywanej przez redaktorów naukowych zbioru. Redaktorzy będą mogli odmówić opublikowania tekstów, których tematyka nie będzie zgodna z podstawowym zakresem tematycznym konferencji. Ponadto, teksty nie spełniające podanych wyżej wymogów edytorskich zostaną odrzucone jeszcze przed skierowaniem ich do recenzji. Podstawą zamieszczenia artykułów w publikacji pokonferencyjnej będą pozytywne recenzje, sporządzone przez niezależnych recenzentów. Redaktorzy publikacji pokonferencyjnej będą mogli otrzymany artykuł ewentualnie przeredagować, skrócić lub uzupełnić (po uzgodnieniu tego z autorem/autorami).

**Artykuły do publikacji należy przesłać na adres e-mail: e-mail:** [**beata.krawiec@uwr.edu.pl**](mailto:beata.krawiec@uwr.edu.pl) **lub:** [**jolanta.kedzior@uwr.edu.pl**](mailto:jolanta.kedzior@uwr.edu.pl) **w terminie do dnia 21.11.2016 r.**