

System antyplagiatowy jest jedynie instrumentem, który może pomóc w stwierdzeniu, czy pracę należy uznać za plagiat (w całości lub w części). Na podstawie danych z systemu możemy jednoznacznie stwierdzić, że praca jest plagiatem – jeżeli PRWC (wskaźnik podobieństwa dwóch dokumentów przyjmujący wartości od 0 do 100) jest równe 100, to oznacza, że praca została w 100% skopiowana. W innych przypadkach promotor wspomagając się m.in. analizą identycznych fragmentów (zwanymi w raporcie frazami) musi zdecydować, czy są to np. uzasadnione cytaty czy jest to plagiat. System antyplagiatowy nie jest w stanie wykryć wszystkich rodzajów plagiatów, np. prac przetłumaczonych z innych języków na język polski.

Jak analizować raport?

Pod podstawowymi danymi pracy w raporcie przedstawione są statystyczne dane obrazujące stopień rozpoznania słów, wyrażeń, liczb itp. w pracy w porównaniu z uśrednionym wynikiem dla dokumentów zawartych w bazie referencyjnej.


Łączna liczba fraz:	12848 (100%)	[21144 (100%)]
Liczba rozpoznanych słów:	10958 (85,3%)	[17966 (85%)]
Liczba nierozpoznanych słów:	1173 (9,1%)	[1237 (5,9%)]
Liczba rozpoznanych liczb:	692 (5,4%)	[692 (3,3%)]
Liczba rozpoznanych wyrażeń mat.	25 (0,2%)	170 (0,8%)
Liczba rozpoznanych, unikatowych słów:	2022 (81,7%)	[2426 (87%)]
Liczba nierozpoznanych, unikatowych słów:	452 (18,3%)	[363 (13%)]

W nawiasach [] podano odpowiednie wartości średnie dla dokumentów referencyjnych.



Kluczowe w analizie raportu są tabele: **Zestawienie dotyczące bazy referencyjnej** oraz **Zestawienie dotyczące stron internetowych**. Zawierają one zestawienie prac z bazy referencyjnej oraz stron internetowych, w których system znalazł identyczne frazy jak w badanej pracy.

Liczba fraz wskazuje liczbę identycznych fraz, PRWC jest to wskaźnik podobieństwa obu dokumentów w skali od 0 do 100, a w ostatniej kolumnie podana jest liczba identycznych słów w najdłuższej frazie.

W celu przeanalizowania podobieństwa znalezionych fraz, należy kliknąć w liczbę porządkową danej pozycji:



Lp. ¹	Adres	Liczba fraz	PRWC ²	Najdłuższa fraza
 3	http://www.computerplus.pl/PL/Rozwiazania/Strony/Microsoft-SharePoint-Server.aspx	10	38	56
4	http://www.computerplus.pl/PL/Oferta/Strony/Knowledge-Management.aspx	6	28	26
5	http://itfinder.pl/p/13032-officeobjectsontology-manager.html	6	8	21
6	http://encyclopedia.maksiu.info/haslo/Przetwarzanie_rozproszone	1	6	36
7	http://pl.wikipedia.org/wiki/Przeciagnij_i_upuść	1	5	36



Następuje wtedy przekierowanie na stronę systemu plagiatowego OSA (może być wymagane powtórne zalogowanie) bezpośrednio do wyników raportu. W dwóch paletach wyświetlone są teksty: po lewej – dokumentu sprawdzanego (pracy dyplomowej), a po prawej – dokumentu porównywanego (z bazy lub ze strony internetowej). W celu przeanalizowania fraz identycznych należy klikać w strzałki **Przeglądaj zmiany**. Identyczne fragmenty są wyróżnione kolorem, a początek każdej frazy zaznaczony jest ciemniejszym kolorem.

Dokument sprawdzany Przeglądaj zmiany:  

Tytuł: test


Autor: ██████████

nauce, Eneteia, Warszawa 2005 (s.246). 2. **Amri Tiwana**, 
Przewodnik po zarządzaniu wiedzą. e-biznes i zastosowania CRM, Placet, Warszawa 2003: s.61. 3. E-mentor – czasopismo SGH; nr 1 (8) art. Zarządzanie wiedzą, Warszawa 2005 (s.48). 4. Gilbert Probst, Zarządzanie wiedzą w organizacji, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002: s.25. 5. **Ilujica, Manaka, Hirotsuka, Takayuki, Kuroyama**, 

Dokument porównywany (z bazy) Przeglądaj zmiany:  

Tytuł: http://cytaty.mfiles.pl/index.php/keyword/3514/0/marketing_relacji

ZASÓB INTERNETOWY

pod silną presją czasu. Słowa kluczowe : marketing relacji **Amri Tiwana**, 
Przewodnik po zarządzaniu wiedzą. e - biznes i zastosowania CRM, Placet, Warszawa 2003, ISBN : 83 - 85428 - 83 - 6 (100 + 0) (cytata, str. 49) CRM bazuje na istniejącej już od dawna koncepcji marketingu relacji (relationship