***Пример оформления статьи***

**ИМИДЖ РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Петров А.И.

Студент 2 курса, Адыгейский государственный университет, г. Майкоп

Научный руководитель: Николаев В.П.

к.э.н., доцент, Адыгейский государственный университет, г. Майкоп

***Аннотация****: Аннотация, Аннотация, Аннотация.*

***Ключевые слова:*** *Ключевое слово, Ключевое слово, Ключевое слово.*

**IMAGE OF THE REGION AS A TOOL TO INCREASE ITS COMPETITIVENESS**

Petrov A.I.

Student, Adyghe State University, Maikop

Research supervisor: Nikolaev V.P.

Cand. Econ. Sci., Associate Professor, Adyghe State University, Maikop

***Abstract:*** *Abstract, Abstract, Abstract*

***Keywords:*** *Keyword, Keyword, Keyword.*

Текст научной статьи. Текст научной статьи [1, стр. 10]. Текст научной статьи. Текст научной статьи. Текст научной статьи. Текст научной статьи.

**Таблица 1 — Название \***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

\* Составлено авторами по [1].

Факторы формирования имиджа

Фактор 1

Фактор 3

Фактор 2

**Рисунок 1. Название**

**Литература:**

1. Князева, И.В. Маркетинг территорий: учеб.пособие / И.В. Князева. – Новосибирск: изд-во СибИУ, 2014. – 134 с.
2. Степанычева, Е.В. Методические аспекты формирования имиджа и бренда региона / Е.В. Степанычева // Социально-экономические процессы и явления, Тамбов. – 2015. – № 9. – С. 153-158.
3. Барабанов, А.С. Развитие территориального маркетинга в регионе [Электронный ресурс] / А.С. Барабанов // Проблемы развития территорий. – Режим доступа: <http://pdt.vscc.ac.ru/?module=Articles&action=view&aid=341>.