**АНОТАЦІЯ**

***Процюк М. Вдосконалення управління маркетинговими комунікаціями підприємства (на прикладі ПП «САМоГОНна ресторація»). – Рукопис.***

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 8.03050701 “Маркетинг” – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2016.

Проаналізованамаркетингова комунікаційна політика ПП «САМоГОНна ресторація»та фактори, що впливають на його маркетингову діяльність. Виявлено сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства на ринку громадського харчування. Досліджені споживчі мотивації ПП «САМоГОНна ресторація», запропоновано та обґрунтовано напрями покращення маркетингових комунікацій підприємства.

**Ключові поняття:** маркетинг, маркетингові комунікації, паблік рилейшн, реклама, мобільний маркетинг, просування.

**SUMMARY**

*Protsyuk M. Improving the management of marketing communications of the company (for example PP "Samogonna restoracja"). – Manuscript.*

Research on receiving of Master Degree on a speciality 8.03050701 “Marketing”. Ternopil National Technical University named after Ivan Pul'uj. - Ternopil, 2016.

Analyzed marketing communication policy of PP "Samogonna restoracja" and the factors that influence its marketing activities. Identified strengths and weaknesses in the investigated firm on the market of publiccatering. Investigated consumer motivations PP "Samogonna restoracja", and proposed the directions of improvement of marketing communications of the enterprise.

Keyconcepts: marketing, marketing communications, PR, advertising, mobile marketing, promotion.