Ефективність управління маркетинговою діяльністю на підприємстві залежить від ефективності функціонування системи організації маркетингу. Оскільки саме служба маркетингу повинна визначити стратегію маркетингу, здійснювати маркетинговий контроль, досліджувати ринок та формувати комплекс маркетингу підприємства. Саме це розкриває актуальність дослідження даної теми.

Тому основною метою дипломної роботи є розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності КП „Центральний” Подільської районної у м. Києві ради в умовах конкурентного середовища та чинного законодавства України.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

* вивчити основні складові маркетингової діяльності підприємства;
* на базі діяльності КП „Центральний” проаналізувати комплекс маркетингу підприємства;
* здійснити фінансовий аналіз підприємства;
* дати рекомендації щодо організації служби маркетингу на КП „Центральний”;
* визначити напрямки покращення іміджу КП „Центральний”.

Об’єктом дослідження є Комунальне підприємство "Центральний" Подільської районної у м. Києві ради створено на підставі рішення Подільської районної у м. Києві ради від 07.12.2007р. №240 "Про удосконалення струкрури управління житловим господарством Подільського району".

Комунальне підприємство засноване на комунальній власності територіальної громади Подільського району м. Києва і є комунальним унітарним підприємством, яке безпосередньо підпорядковується виконавчому органу Засновника та КП "Дирекція з управління та обслуговування житлового фонду Подільського району".

Юридична адреса Підприємства: Україна, 04070, м. Київ, вул.
Костянтинівська 2/1.

Предмет дослідження – сучасний стан, аналіз та ацінка господарської діяльності підприємства. Розробка служби маркетингу і рекомендації щодо підвищення іміджу КП „Центральний”.

У роботі використані такі методи дослідження: аналіз і синтез, табличний метод, розрахунок відносних показників та особисті спостереження.

Інформаційною юазою слугували вітчизняні та закордонні видання, матеріали преси, статті інтернет ресурсів, звітні і внутрішні дані підприємства.

Практичне значення магістерської роботи: матеріали і результати дослідження можуть бути використані у подальшій роботі по розробці служби маркетингу на КП „Центральний”, запровадженні нових видів діяльності, вдосконаленні структури управління підприємства.

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаної літератури та додатків