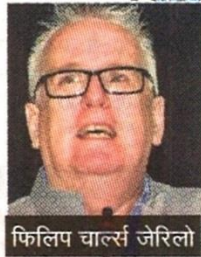


बाजार में बने रहने के लिए मार्केटिंग कंडीशन समझना बहुत जरूरी

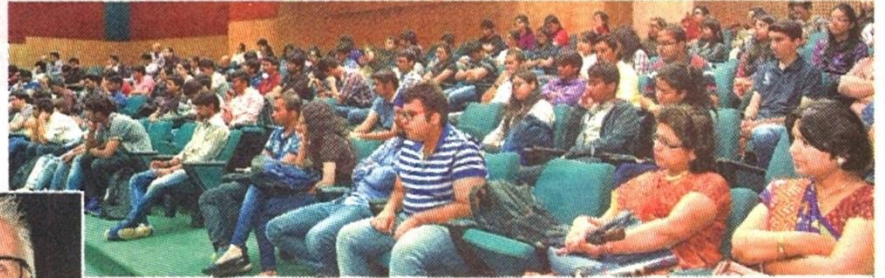
आईआईएम में तीन दिवसीय समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस शुरू

दबंग रिपोर्टर ✨ इंदौर

आज बाजार में गला काट प्रतिस्पर्धा चल रही है ऐसे में हर ब्रांड दूसरे से आगे निकलने के प्रयास में लगा हुआ है। इसके लिए जरूरी है कि आप प्रभावी तरीके से अपने प्रोडक्ट की ब्रांडिंग करें। मार्केटिंग क्या है और आज की परिस्थितियों में यह किस तरह की भूमिका में है, इसे समझें। यह बात प्रो. फिलिप चार्ल्स जेरिलो ने 'समकालीन अनुसंधान में



फिलिप चार्ल्स जेरिलो



ग्राहक मूल्य का महत्व' विषय पर तीन दिनी समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस के शुभारंभ पर आईआईएम इंदौर में गुरुवार को कही। उन्होंने अपनी बात समाप्त करते हुए कहा किसी भी चीज की वेल्यू हमेशा बनी रहती है, बस हमें इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि आप इसे कैसे बनाते हैं और किसके लिए बनाते हैं।

जीवन सभी से जुड़ने के बारे में

हॉलीवुड डायरेक्टर स्टीफन हावेस ने अपने थिएटर के अनुभव साझा करते हुए कहा मैं हमेशा क्लास का जोकर रहा हूं, लेकिन थिएटर में शामिल होने के बाद मुझे एहसास हुआ कि हमारा जीवन सिर्फ संवाद के बारे में नहीं है बल्कि सभी के साथ जुड़ने के बारे में है। यह आयोजन उत्तर अमेरिकी सोसायटी फॉर मार्केटिंग एजुकेशन इन इंडिया (एनएएसएमआईआई) के सहयोग से किया जा रहा है।

उद्योगों की तुलना में तेजी से बदल रहा ग्राहक

आईआईएम की कॉन्फ्रेंस के दूसरे दिन स्टूडेंट्स ने जानी मार्केटिंग की बारीकियां

दबंग रिपोर्टर ✨ इंदौर

ग्राहक इन दिनों उद्योग की तुलना में बेहतर तेजी से बदल रहा है। मिस्ट कॉल सुविधा ग्राहक द्वारा बनाई गई थी, जो अब विभिन्न कंपनियों द्वारा ग्राहकों का फीडबैक लेने के लिए प्रदान की जाती है और ग्राहक को चार्ज किए बिना जोड़े रहती है। यह बात आईआईएम में चल रहे तीन दिवसीय सेमिनार के दूसरे दिन शुक्रवार को रामा



कार्यक्रम को संबोधित करती प्रो. राजी श्रीनिवासन।

बिजापुरकर, भारतीय प्रबंधन और विपणन अनुसंधान सलाहकार ने 'कस्टमर वेल्यू व्हाट द इंडस्ट्री नीड्स' विषय पर कही। कॉन्फ्रेंस में कई विशेषज्ञों ने स्टूडेंट्स को मार्केट की

बारीकियों से रूबरू कराया। इस दौरान लगभग 300 प्रतिभागियों ने विभिन्न विषयों पर अपने रिसर्च पेपर प्रस्तुत किए। कार्यक्रम में प्रो. ऋषिकेश टी. कृष्णन, निदेशक, आईआईएम इंदौर ने वर्षों से संस्थान द्वारा की गई प्रगति को सभी के साथ साझा किया।

ग्राहकों की सुविधा अनुसार खुद को बढ़ाएं

प्रो. राजी श्रीनिवासन, मैककोब्स स्कूल ऑफ बिजनेस, टेक्सास विश्वविद्यालय, ऑस्टिन ने 'क्रिएटिंग वेल्यू बाय मैनेजिंग कस्टमर्स (नॉट प्रोडक्ट)' विषय पर अमेजन और एडोब के बारे में चर्चा की। उन्होंने कहा इन दोनों ने ही अपने ग्राहकों की जरूरतों के हिसाब से खुद को बढ़ाया और आज बहुत सफल हैं। समारोह का समापन प्रो. पी. वेणुगोपाल, एक्सएलआरआई, जमशेदपुर की स्पीच से हुआ। प्रो. मोदुसी मैती, प्रो. एके जैन, प्रो. एस.रमेश कुमार, डॉ. संजीव वाण्य आदि द्वारा भी अलग-अलग विषयों पर स्टूडेंट्स को संबोधित किया गया।

रंगमंच एकमात्र ऐसी जगह जहां रोबोज़ इंसान को कभी रिप्लेस नहीं कर सकेंगे

1984 में सर्कस को मेन स्ट्रीम सिनेमा और थिएटर का हिस्सा बनाने वाले सर्क डि सोले के डायरेक्टर स्टेफन हेक्स ने कहा

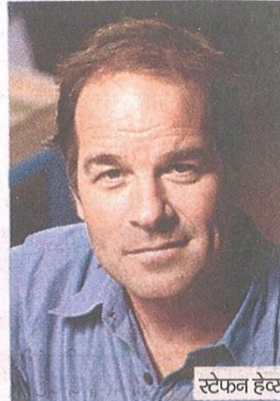
सिटी रिपोर्टर | इंदौर

‘कुछ समय पहले मैं बेंगलुरु में एक वर्कशॉप के लिए गया था। वहां कई थिएटर आर्टिस्ट से मिला। एक कलाकार निराश सा लग रहा था। उसने कहा मैं कई साल से थिएटर कर रहा हूँ। बस यही किए जा रहा हूँ। मैं क्यों करूँ ये काम। इसमें ऐसा क्या है। मेरी तरह कई लोग कर रहे हैं। मैंने जो उससे कहा था वो शेअर कर रहा हूँ। मैंने कहा ‘हर इंसान इस दुनिया में आर्टिस्टिकली कुछ न कुछ कॉन्ट्रिब्यूट कर सकता है। और यह उसकी ड्यूटी है। दूसरा, ऑफिसेस, मेडिकल और लगभग हर फील्ड में तकनीक ने इंसानों को रिप्लेस कर दिया है। लेकिन रंगमंच एकमात्र ऐसी जगह है जहां रोबोज़ इंसान को कभी रिप्लेस नहीं कर सकेंगे। कहसनियां सुनाना, दोस्ती निभाना, सीने में कुछ करने का जुनून लिए चलना रोबो के बस की बात नहीं। यह इंसान ही कर सकते हैं।’

स्टेफन हेक्स गुरुवार को आईआईएम इंदौर की समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस में शामिल होने आए। उन्होंने ड्रामाटिक्स का इस्तेमाल मार्केटिंग में बताया। बातचीत में उन्होंने कहा :

अटेंशन डेफिसिट डिसऑर्डर था मुझे

“मुझे अटेंशन डेफिसिट डिसऑर्डर था। पढ़ने-लिखने में कमजोर था मैं, लेकिन मुझे कहानियां सुनाना बहुत पसंद था। मैं थिएटर करना शुरू किया, लेकिन कुछ कर नहीं पा रहा था। ग्रेट डायरेक्टर पीटर ब्रूक की एक बात ने बड़ा असर किया। उनका कहना है कि अगर आप कुछ करना चाहते हैं तो बस लग जाइए करने में। ये नहीं है वो नहीं है, साथ कोई नहीं है जैसे बहाने देने का मतलब है कि आप वो काम करना ही नहीं चाहते।



स्टेफन हेक्स

पहले वलाउन था मैं

आईआईएम स्टूडेंट्स से उन्होंने कहा ‘ड्रामाटिक्स और मार्केटिंग का गहरा नाता है। दोनों में लोगों से कनेक्ट करना जरूरी है। पहले मैं एक क्लास वलाउन था लेकिन थिएटर में आने के बाद समझ आया कि ये सिर्फ डायलॉग बोलने तक सीमित नहीं है। ऑडिएंस से एक रिश्ता बनाना

पड़ता है।

जुड़ना,
बढ़िया
विजुअल्स
और कहानी
को उनकी



जिंदगी का हिस्सा बनाना... यही तो मार्केटिंग के बेसिक्स भी हैं। मार्केटिंग भी आर्ट है। इसमें कहानी लाकर आप मैजिक कर सकते हैं।’ नॉर्थ अमेरिकन सोसायटी फॉर मार्केटिंग प्रजुकेशन इन इंडिया के साथ आयोजित की जा रही इस कॉन्फ्रेंस में ली कांग चीआन स्कूल ऑफ बिजनेस के प्रोफेसर फिलिप चार्ल्स जेरिल्लो भी शामिल हुए। आईआईएम डायरेक्टर प्रोफेसर त्रिषिकेश टी. कृष्णन ने वेलकम लेक्चर दिया।

THREE-DAY Summer marketing conference begins at IIM

Marketing should be like magic, but with a story: Hollywood dir Haves

Meet to provide research scholars with platform to interact with intellectuals from diverse fields

• OUR STAFF REPORTER
INDORE

Hollywood film director Stefan Haves on Thursday linked theatre to marketing at IIM Indore saying that connecting to consumers, finding the visual component that attracts them and linking with them as humans are the three ways for effective marketing.

"Marketing should be like magic and should include a story. Technology is advancing and everything is getting replaced by robots. But empathy, storytelling, compassion, friendship and spirit are something robots cannot compete with. Our job is to wed humanity and technology and not let any of these overcome each other," he said while addressing the inaugural function of three-day summer marketing conference commenced at IIM Indore.

The conference is being or-



IIM Indore director Rishikesh T Kirshnan (L), Prof Philip Charles (M) and Hollywood film director Stefan Haves lighting traditional lamp to inaugurate summer marketing conference at IIM Indore on Thursday FP PHOTO

ganised by the institute in collaboration with North American Society for Marketing Education in India (NASMEI).

The theme of the conference is to focus on identifying ways of enriching customer values through unique product offerings supported by strong branding.

The theme focuses on the belief that significant advances in technology and communications, facilitated

by social media in recent years have greatly contributed to making experience delivery to consumers easier.

The conference would witness more than 300 paper presentations, keynote addresses and workshops and will provide a platform to the research scholars to interact with the brilliant minds from various fields.

The inauguration ceremony was attended by Haves, Prof Philip Charles Zerrillo

from Singapore Management University and IIM Indore director Rishikesh T Krishnan.

Director of movies like Stalled (2000), Punch Drunk (1998) and A Thrilling Ride Through Kooza (2007), Haves while addressing the gathering said that everyone today prefers to sit and be a spectator, while one should always try to be a participant.

Sharing his experience of becoming a theatre person, Haves said, "I was always

the class clown, but after joining the theatre I realised that it is just not about dialogues, but it is also about being able to connect to everyone as a human - it's a global experience."

Zerrillo spoke on topic "Importance of Customer Value in Contemporary Research".

He began his talk discussing about what marketing is and what role it plays in the today's scenario. Discussing about the advancement in various industries and especially the automobile sector, Zerrillo said, "There are many new car models coming up, but they also have new features, which add value to the model. This adds value to the market as well."

He also noted that there are cultural differences between the companies - one may focus on efficiency, while other may prefer marketing.

He concluded his talk saying that values never go out of style - it depends how you create it and for whom. "Organising such a conference is the first step in valuing the value and creating a platform for knowledge exchange", he said.

After inaugural sessions three workshops were held.

इंडस्ट्री की तुलना में बेटर इनोवेटर होते हैं कस्टमर

समर मार्केटिंग वर्कशॉप में रमा बिजापुरकर ने कहा
पत्रिका PLUS रिपोर्टर

इंदौर • कस्टमर इंडस्ट्री की तुलना में बेटर इनोवेटर है। मिस्ट कॉल को कस्टमर ने ही तैयार किया था और आज इसका उपयोग कंपनियों द्वारा फीडबैक लेने के लिए किया जाता है। यह कहना है इंडियन मैनेजमेंट एंड मार्केटिंग



रिसर्च कंसल्टेंट रमा बिजापुरकर का। वह शुक्रवार को आईआईएम इंदौर में आयोजित समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस के दूसरे दिन संबोधित कर रही थी। इन्नोवेल सेशन में डायरेक्टर ऋषिकेश टी कृष्णन ने आईआईएम इंदौर के प्रोग्रेस के बारे में जानकारी दी।

आईआईएम अहमदाबाद के प्रो. एके जैन ने कहा कि पॉलिसी बनाने में कंज्यूमर का रोल इम्पोर्टेंट होता है। कस्टमर ही रेवन्यू जनरेट करता है,

उसके बाद भी उसे बोर्ड में जगह नहीं मिलती। अब वह समय आ गया है कि कस्टमर को डिजीजन मेंकिंग में शामिल किया जाए।

कस्टमर होते हैं संपत्ति : ऑस्टिन की टेक्सास यूनिवर्सिटी की प्रो. राजी श्रीनिवासन ने कहा कि किसी भी कंपनी के लिए कस्टमर उसकी संपत्ति की तरह होता है। कस्टमर की जरूरत के अनुसार हमें बदलाव करते रहना चाहिए। इस तरह के बदलाव करने पर कंपनी को इकोनॉमिकली बेनिफिट्स भी मिलते हैं। बिंगहमटन यूनिवर्सिटी के प्रो. मनोज अग्रवाल ने कहा कि किसी भी संगठन में अगर बोर्ड मेंबर को मार्केटिंग का अनुभव है तो सेल्स में गिरावट आने पर भी लाभ हासिल करने की संभावना तीन प्रतिशत अधिक है। समारोह में एक्सएलआरआई के प्रोफेसर पी. वेणुगोपाल ने कहा कि सस्टेनेबल ग्रोथ को बढ़ावा देने के लिए रियूज, रिड्यूज और रिसाइकल को प्रमोट करना चाहिए। 300 स्टूडेंट्स ने रिसर्च पेपर पढ़े।

300 participants present papers on varied marketing themes

● OUR STAFF REPORTER
INDORE

The second day of the 2017 IIM Indore- NASMEI Summer Marketing Conference held at IIM Indore witnessed huge enthusiasm from the research scholars and delegates.

Around 300 participants presented papers on various themes ranging from advertising and promotion, consumer behaviour, business to business marketing, digital marketing, e-commerce, social marketing, consumer culture and society, marketing education, marketing for public sector and non-profit sector and marketing strategy to name a few.

The day began with a formal inaugural ceremony wherein IIM Indore director Prof Rishikesh T Krishnan shared the progress made by the Institute over years. This was followed by first address by Indian Management and Marketing Research Con-



Speakers at IIM Indore-NASMEI Summer Marketing Conference

sultant Rama Bijapurkar.

Speaking on 'Customer Value- What the Industry Needs', she shared insights on how the changing consumer market is affecting marketing strategy of industries. Citing "Missed call was something created by the customer, which now is served as a facility by various companies to get feedback from customers and stay connected without charging them," she noted "Customers these days are better innovators than the industry itself."

Her talk was followed by

that of Prof Raji Srinivasan, McCombs School of Business, University of Texas, Austin.

Her topic of address was 'Creating Value by Managing Customers (Not Products)'. Discussing about two big giants—Amazon and Adobe, which understood their customer needs with changing time, she implied customer life value (CLV) to their marketing strategy and utilised it for gaining profits.

She concluded her talk discussing about 'Customers as Assets' from the perspective of company

and customers themselves, public policy perspective and investors perspective.

Next speaker Prof Manoj Agarwal from School of Management, Binghamton University deliberated on 'The Value of Customer Value to the Firm'.

Professor Agarwal said "If any organisation has at least one board member with proper marketing experience, then it would have three per cent more chances of gaining profit even at the time when sales are declining," he said, adding that "It's time to link marketing with met-

rics and develop correlation between CLV and firm value."

The inaugural ceremony concluded with a talk by Prof P Venugopal from XLRI, Jamshedpur, who deliberated on 'Incorporating Sustainability in the Realm of Marketing.' He said that "Amount of resources we are consuming today is driven by social norms and well-being is decided by the amount of things we buy and accumulate. According to a study, around 81 per cent of customers claim to care for environment and 50 per cent are aware of the products they use and willing to support sustainability, which have non-monetary implications."

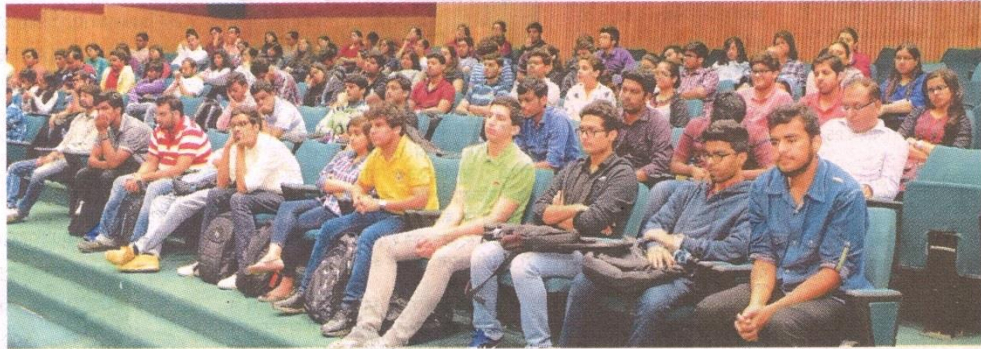
"We need to try and build up consumerism in a way to support sustainability, reorient marketing and develop products following the 3R—Reduce, Reuse and Recycle—to encourage the consumers to do the same," he concluded.



आईआईएम इंदौर में शुरू हुई तीन दिवसीय मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस में कॉमिक एक्ट डिजाइनर स्टीवन हैक्स

पत्रिका PLUS रिपोर्टर

इंदौर • आमतौर पर सेमिनार में मार्केटिंग स्ट्रेटजी, कॉर्पोरेट वर्ल्ड और लीडरशिप जैसे टॉपिक पर डिस्कशन होता है, लेकिन गुरुवार को आईआईएम इंदौर में शुरू हुई मार्केटिंग वर्कशॉप का नज़ारा थोड़ा अलग था। इर्नाग्रल सेशन में पार्टिसिपेंट्स को मार्केटिंग फंडों के साथ लॉफ्टर के डोज भी मिल रहे थे। कॉन्फ्रेंस में कॉमिक एक्ट डिजाइनर स्टीवन हैक्स



ने अपने अंदाज में लोगों को मार्केटिंग स्ट्रेटजी के बारे में बताया।

स्टीवन हैक्स ने कहा कि वैसे तो मार्केटिंग एक प्रकार से स्टोरी टेलिंग है। यह जितनी ज्यादा ह्युमरस होगी, लोगों का उसमें इनवॉल्वमेंट ज्यादा होगा। आप लोगों से जितना पर्सनली इनटेक्ट करते हैं लोग उतना अधिक कनेक्ट होते हैं (उन्होंने पार्टिसिपेंट्स के साथ पर्सनल इंटरैक्शन कर के भी दिखाया)। उन्होंने कहा कि लाइफ में यदि कोई ईसान

चकित करता है तो उससे बात करनी चाहिए। उससे आपको काफी कुछ सीखने को मिल सकता है। लोगों को बड़े बैनर या बैकड्रॉप्स नहीं, बल्कि आपको रीकल्स और क्वालिटी अट्रैक्ट करती है। उन्होंने कहा कि थिएटर को कोई लैम्बेज नहीं होती है। ह्युमैनिटी लोगों को ग्लोबली कनेक्ट करता है। आप लाइफ में जिससे भी मिलते हैं उसे कनेक्शन के रूप में देखना चाहिए। मार्केटिंग के लिए बॉडी और माइंड का इन्वॉल्वमेंट जरूरी है।

प्रोडक्ट हो वैल्यू फॉर मनी

सिंगापुर मैनेजमेंट यूनिवर्सिटी के प्रोफेसर फिलिप चार्ल्स 'जेरिलो' ने भी बताया कि वह अपने शुरुआती दिनों में कामिडी किया करते थे। चार्ल्स ने कहा कि रोज नए बिजनेस मॉडल तैयार हो रहे हैं। ऐसे में मार्केटिंग के लिए नए मॉडल्स को यूज करने की जरूरत है। मार्केट में कॉम्पिटिशन ज्यादा है, ऐसे में कस्टमर उसी प्रोडक्ट की ओर

अट्रैक्ट करते हैं जो कि वैल्यू फॉर मनी होते हैं। बॉडी और वाइस के कॉम्बिनेशन में सब चेज हो जाता है। वर्कशॉप में आईआईएम डॉयरेक्टर ऋषिकेश टी कृष्णन ने भी बिचार रखे। इसके साथ ही डिफरेंट टेक्निकल सेशन भी आयोजित किए गए। अलग-अलग टॉपिक्स पर रिसर्च पेपर भी पढ़े गए।

Patrika, July 28, 2017, Page - 15

NASMEI summer marketing meet concludes on high note



Indian Institute of Management Indore director Prof. Rishikesh T. Krishnan presenting awards and certificates to best researchers

• OUR STAFF REPORTER
INDORE

The three-day summer marketing conference held at IIM Indore from July 27 in association with North American Society for Marketing Education in India (NASMEI) concluded on Saturday. The conference witnessed more than 300 paper presentations, various keynote addresses and workshops by field experts followed by award ceremony, where in scholars and academics were awarded

based on their arguments presented in the paper. The third day witnessed technical sessions, featuring numerous keynote addresses. The session began with a paper on 'Marketing Discipline at Cross Roads: Challenge and Prospects' presented by professor Prashant Mishra from IIM Calcutta. The paper argued that "There is a need to critically review the academic marketing practices in India, which should have a practical relevance." "The domain of academic marketing is shrinking due to other fields now overlapping the subject. A good number of marketing problems are now



well explained in strategy operations management, and finance as well and we need to improve understanding of our environment, and interdependency among various other domains to counter these challenges," professor Mishra said. The talk was followed by a presentation by professor Rameesh Kumar from IIM Lucknow which revolved around the topic—'Bottom of Pyramid: Setting a Research Agenda'. Regional manager at Dell EMC, Atul Bengeri in his address on 'Creating Citizen Value' spoke about various means that are making citizens more tech-savvy and also emphasised on the need of smart citizens for smart cities.



Professor Ramendra Singh from IIM Calcutta discussed 'Customer Value at the Bottom of Pyramid'. The concluding talks were by AVP (marketing) of 'The Kraft Heinz Company' Shweta Shrivastava, who spoke on 'Creating Customer Value' and director (innovation practice) of Nielsen, Abhishek Verma, who deliberated on 'Measuring Customer Value through Research'. The valedictory session took place in the evening where participants shared their experience during the conference. The session had professor Sharad Sarin from XLRI Jamshedpur and professor Ashutosh Dixit from Cleveland State University, USA as the guests.



BEST PAPER AWARDS

- DOCTORAL CATEGORY**
'User's information privacy concerns and privacy protection behaviours in social networks: Evidence from India' by Kishalay Adhikari and Rajeev Kumar Panda (Rs 25,000)
- GENERAL CATEGORY**
1. 'Does counterfeiting overrule the marketplace?—Consumption practices and social consequences: Exclusion and inclusion' by Ajitha Soundararaj and V. Sivakumar (Awarded Rs 25,000)
2. 'Retail therapy shoppers Segments: Exploring the differences in personality, shopping orientation and impulse buying tendency' by Jasveen Kaur and Chandandeep Kaur (Awarded Rs 15,000)
3. Technology readiness towards banking self service technologies in India by Aditi Naidu and Romi Saini (Awarded Rs 10,000)
- SPECIAL CATEGORY**
■ Teaching with Cases award given to Varsha Jain and Bijesh S, with Rs 7,000 prize money each
■ Best Proposal award to Ranjitha GP from IIM Kozhikode, with Rs 15,000 prize money
■ Two awards under 'Research Perspective' category to C. Senthil Nathan from SRM University and Rohit Vishal Kumar from IMI Bhubaneswar, with Rs 5,000 prize money each

Guest talk @ IIM

'Employees feel more engaged if given space for expressing emotions'



• OUR STAFF REPORTER
INDORE

The Industry Interface Office (IIO) at IIM Indore organised a guest talk on 'HR initiatives for Managing Attrition' on Saturday. The talk was conducted by professor Srinath Jagannathan, faculty, IIM Indore and an expert in the area of organisational behaviour and human resource management, which revolved around various effective methods to manage attrition at

workplace. Professor Jagannathan emphasised that one of the ways in which attrition can be managed is by introducing continuous learning frameworks inside organisations. The quality of leader-member exchange can also impact attrition in significant ways, he added. He said "Employees feel more engaged with their organisations if they find space for expressing a variety of emotions." The session concluded with Q&A.

IIM Indore-NASMEI summer marketing conference in July

● OUR STAFF REPORTER
INDORE

Indian Institute of Management Indore in collaboration with North American Society for Marketing Education in India (NASMEI) will be hosting the 2017 IIM Indore-NASMEI summer marketing conference from July 27-29.

The conference will focus on identifying ways of enriching customer values through unique product offerings supported by strong branding.

The conference's theme focuses on the belief that significant advances in technology and communications, facilitated by social media, in recent years have greatly contributed to making experience delivery to consumers easier



"Customers have abandoned the traditional one-way passive reception of product and brand-offerings, and now consciously look for ones where creation of value happens. Marketing's role has seen a steady jump in enabling effective user-brand interactions putting the onus on brands for supporting product offerings with personalised marketing efforts," says Prof Abhishek Mishra, faculty, IIM Indore

and the conference convenor.

The conference will be organised in two independent levels.

The first day of the conference will feature three parallel workshops and the second and the third day of the event will witness various keynote speeches, panel discussions and paper presentations.

Those whose abstracts would be selected for the conference will have an opportunity to publish their full papers in a conference special issue of The Journal of Indian Business Research (ABDC classification C) and Journal of Global Marketing: Special Issue on Marketing Challenges and Opportunities in India (ABDC classification C). The best three papers would also receive cash prizes.

Free Press, May 10, 2017, Page-3

ग्रीष्मकालीन मार्केटिंग सम्मेलन जुलाई में

इंदौर। नईदुनिया रिपोर्टर

नार्थ अमेरिकन सोसायटी फॉर मार्केटिंग एजुकेशन इन इंडिया (एनएसएमईआई) के सहयोग से आईआईएम इंदौर में 2017 ग्रीष्मकालीन मार्केटिंग सम्मलेन आयोजित किया जा रहा है। यह सम्मेलन 27 से 29 जुलाई के बीच आयोजित होगा। सम्मलेन की विषयवस्तु मजबूत ब्रांडिंग द्वारा समर्थित अनाखे उत्पाद की पेशकश के माध्यम से ग्राहक मूल्य समृद्ध करने के तरीकों की पहचान करने पर ध्यान केंद्रित करना है।

यह विषय इस धारणा पर ध्यान केंद्रित करता है कि हाल के कुछ वर्षों के दौरान सोशल मीडिया के योगदान द्वारा प्रौद्योगिकी और संचार में महत्वपूर्ण प्रगति के कारण उपभोक्ता वितरण प्रणाली आसान हुई है। ग्राहकों ने परम्परागत एकतरफा निष्क्रिय ब्रांड रिसेशन को छोड़ दिया है और जानबूझकर इस तरह के उत्पादों की तलाश कर रहे हैं, जहां मूल्यों का सृजन होता है। मार्केटिंग की भूमिका में प्रभावी प्रयोक्ता ब्रांड इंटरएक्शन को सक्षम बनाने के दायित्व में एक स्थिर उछाल देखा गया है। प्राफेसर अभिषेक मिश्रा एवं सम्मलेन के संयोजक ने बताया कि सम्मलेन का आयोजन दो स्वतंत्र स्तरों पर किया जाएगा। सम्मलेन के पहले दिन तीन समानांतर कार्यशालाएं होंगी और दूसरे और तीसरे दिन के कार्यक्रमों में विभिन्न मुख्य उद्बोधन, पेनल परिचर्चा और पेपर प्रस्तुतीकरण होंगे।

सम्मलेन के दौरान चयनित सार (एब्सट्रैक्ट) के पूरे पेपर को द जर्नल ऑफ इंडियन बिजनेस रिसर्च (एबीडीसी के वर्गीकरण में सी) के विशेष अंक एवं जर्नल ऑफ ग्लोबल मार्केटिंग: के विशेष अंक मार्केटिंग चैलेंजेस एंड अपार्चुनिटी इन इंडिया (एबीडीसी के वर्गीकरण में सी) में प्रकाशन का अवसर प्राप्त होगा। सर्वोत्तम तीन पेपरों को भी नकद पुरस्कार प्रदान किया जाएगा। सम्मेलन में विषय से संबंधित वक्ता उद्बोधन देंगे।

आईआईएम में समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस आज से

इंदौर ● भारत में मार्केटिंग एजुकेशन को बढ़ाने के उद्देश्य से आईआईएम इंदौर नार्थ अमेरिकन सोसायटी फॉर मार्केटिंग एजुकेशन इन इंडिया के साथ मिलकर समर मार्केटिंग कॉन्फ्रेंस करने जा रहा है। इसकी शुरुआत 27 जुलाई से होगी और ये 29 जुलाई तक चलेंगी। समारोह का शुभारंभ पेप्सिको के चेयरमैन और सीइओ डी.शिवकुमार करेंगे। कॉन्फ्रेंस में कस्टमर वैल्यू को स्ट्रॉंग ब्रांडिंग से बढ़ाने पर चर्चा होगी।

कॉन्फ्रेंस दो इंडिपेंडेंट लेवल पर आयोजित की जाएगी। पहले दिन तीन पैरेलल कॉन्फ्रेंस होगी और दूसरे-तीसरे दिन अलग-अलग सब्जेक्ट्स पर स्पीच, पैनल डिस्कशन और पेपर प्रेजेंट किए जाएंगे। इसमें डॉक्टरेट स्टूडेंट्स और प्रोफेसरों द्वारा 300 से ज्यादा पेपर प्रेजेंट किए जाएंगे। स्पीकर्स डिस्कटिव मार्केटिंग, इन्फॉर्मल मार्केट और कस्टमर वैल्यू, डिजिटल जनरेशन में कंज्यूमर बिहेवियर जैसे सब्जेक्ट्स पर विचार रखेंगे। पहली वर्कशॉप बिंगहैंटन यूनिवर्सिटी के प्रो. मनोज अग्रवाल द्वारा मार्केटिंग विद् एनएसएमईआई विषय पर आयोजित की जाएगी। दूसरी वर्कशॉप मैककोब्स स्कूल ऑफ बिजनेस, टेक्सास यूनिवर्सिटी के प्रो. राजी श्रीनिवासन द्वारा द आर्ट ऑफ पब्लिकेशन सब्जेक्ट पर की जाएगी। तीसरी वर्कशॉप में सिंगापुर मैनेजमेंट विवि के प्रोफेसर फिलिप चार्ल्स 'जेरिलो टीचिंग एंड रिसर्च' पर बात करेंगे।

Patrika
July 27, 2017
Page - 16

आईआईएम में समर मार्केटिंग वर्कशॉप 27 जुलाई से

इंदौर 🌸 आईआईएम इंदौर की ओर से नॉर्थ अमेरिकन सोसायटी फॉर मार्केटिंग एजुकेशन इन इंडिया (एनएसएमआईआई) के साथ मिलकर समर मार्केटिंग वर्कशॉप का आयोजन किया जा रहा है। 27 से 29 जुलाई तक होने वाली वर्कशॉप की थीम आइडेंटिफाइंग वेस ऑफ इंरीचिंग कस्टमर वैल्यू थ्रू यूनीक प्रोडक्ट ऑफरिंग्स स्पॉटेड बाई स्ट्रांग ब्रांडिंग रखी गई है। यह थीम हाल के वर्षों में सोशल मीडिया, टेक्नोलॉजी और कम्यूनिकेशन में हुए एडवांसमेंट के कारण आसान हुई उपभोक्ता वितरण प्रणाली को ध्यान में

रखकर सिलेक्ट की गई है। आईआईएम इंदौर के प्रो. अभिषेक मिश्रा ने बताया कि वर्कशॉपके पहले दिन तीन समानांतर कार्यशालाएं होंगी और दूसरे और तीसरे दिन उद्बोधन, पेनल परिचर्चा और पेपर प्रस्तुतिकरण होंगे। सम्मलेन के दौरान चयनित सार (एब्सट्रैक्ट) के पूरे पेपर को द जर्नल ऑफ इंडियन बिजनेस रिसर्च के विशेष अंक और जर्नल ऑफ ग्लोबल मार्केटिंग के विशेष अंक मार्केटिंग चैलेंजेस एंड अपॉर्च्युनिटीज इन इंडिया में प्रकाशन का अवसर प्राप्त होगा। वर्कशॉप के बेस्ट थ्री पेपर को कैश प्राइज दिए जाएंगे।

Patrika, May 10, 2017, Page-13