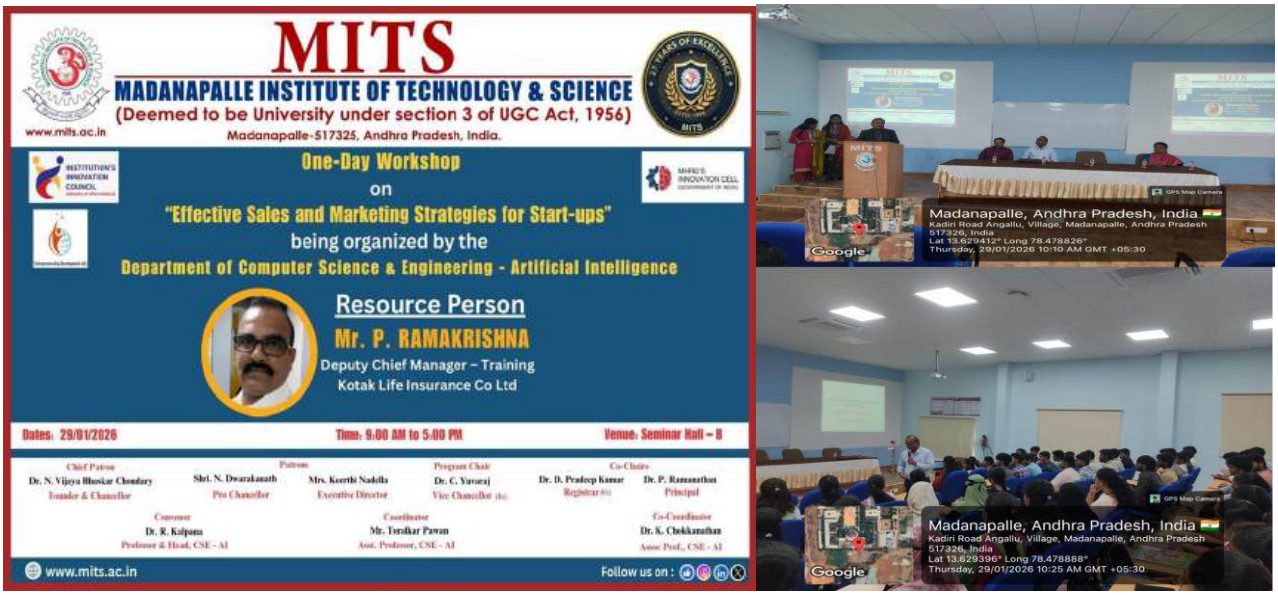
A Report on
"Effective Sales and Marketing Strategies for Start-ups"
Organized by Department of Computer Science & Engineering – Artificial Intelligence
on 29.01.2026



Report Submitted by: Mr. Toralkar Pawan, Assistant Professor, Department of Computer Science & Engineering – Artificial Intelligence.
Resource Person Details: Mr. Ramakrishna Pandurangi Designation: Deputy Chief Manager – Training Organization: Kotak Life Insurance Co. Ltd.
Venue: Seminar Hall – B
Time: 9:00 AM to 5:00 PM
Mode of Conduct: Offline.
Attendees Count: 150
Report Received on 05.02.2026.

Mr. Ramakrishna Pandurangi, is a highly accomplished Sales and Training professional with over two decades of rich experience in Sales, Marketing, Training, and Leadership Development, particularly in the BFSI sector. He is currently serving as Deputy Chief Manager, Training at Kotak Life Insurance Co. Ltd., where he plays a key role in training employees and bank staff across Bancassurance and Alternate Channels. His responsibilities include conducting mandatory IRDA programs, product training, and sales activation initiatives. Mr. Ramakrishna holds an MBA in Marketing and HR and is a Fellow of the Insurance Institute of India (FIII – Life). He is also a Licentiate in General Insurance, AMFI Certified, and UGC NET qualified. His academic credentials include serving as an Associate Professor at Emeralds School of Business, Tirupati, and as a panel member at Pondicherry University. His professional journey spans reputed organizations such as Kotak Life Insurance, ING Life, MetLife, Bajaj Allianz Life Insurance, Shreeja Mahila Milk Producer Company Ltd., and HCL Infinet Ltd., where he has consistently delivered outstanding results in sales performance, team building, and training effectiveness. In addition to corporate roles, he has worked as a Freelance Trainer with institutions like ICT Academy Chennai and TMI e2E Academy, conducting training programs in BFSI and soft skills. With his vast industry experience, strong academic foundation, and passion for mentoring, his session on "Effective Sales and Marketing Strategies for Start-ups" proved to be highly insightful, practical, and impactful.

Objective of the Program

1. To expose students to practical sales and marketing strategies relevant to start-ups.
2. To help students understand the role of technology and AI in sales, marketing, and customer analytics.
3. To introduce concepts of business models, market fit, and customer behavior for tech-based start-ups.
4. To bridge the gap between technical knowledge and business applications.
5. To encourage entrepreneurial mindset and innovation among engineering students.

Event details:

The one-day workshop commenced with the formal inauguration, wherein the dignitaries were invited to the dais, including Dr. K. Chokkanathan, Associate Professor, CSE–Artificial Intelligence; Dr. R. Kalpana, Professor and Head, CSE–Artificial Intelligence; Dr. P. Ramanathan, Principal; and the Resource Person, Mr. Ramakrishna Pandurangi, Deputy Chief Manager – Training, Kotak Life Insurance Co. Ltd. The programme began with the Lighting of the Lamp, accompanied by a prayer song, invoking divine blessings. This was followed by the Welcome Address delivered by Dr. K. Chokkanathan, the Address to the Gathering by Dr. R. Kalpana, and the Presidential Address by Dr. P. Ramanathan. Subsequently, the resource person was formally introduced, and the session was handed over to Mr. Ramakrishna Pandurangi, who initiated the technical session on “Effective Sales and Marketing Strategies for Start-ups.”

During the workshop, the resource person elaborated on the core concepts of marketing and selling, clearly explaining the difference between marketing and sales. He emphasized that marketing is a broad, customer-focused process aimed at creating awareness, generating interest, and building long- term relationships, while selling is a short-term activity focused on converting interest into actual transactions. He further explained that marketing lays the foundation through product, price, promotion, and place, whereas selling represents the final stage of closing the deal and generating immediate revenue, making it an integral part of the overall marketing strategy. The workshop witnessed active participation from students and faculty members, with interactive discussions throughout the session.

The workshop also focused on company-wide strategic planning and marketing strategy development, particularly for start-ups. The resource person discussed the steps involved in designing and developing an effective marketing strategy, the role of a company’s sales force, and the importance of aligning marketing and selling efforts. He highlighted the use of software tools and technology in modern marketing and sales operations and presented a case study to help participants understand strategy formulation and implementation in real-world business scenarios. The workshop concluded with a vote of thanks proposed by Mr. Toralkar Pawan, Assistant Professor, marking the event as a successful and enriching learning experience.

Outcomes of the Event

- **Clear understanding of sales and marketing:** Students learned the difference between marketing (long-term, customer-focused) and sales (short-term, transaction-focused) and their interrelation.
- **Practical strategies for start-ups:** Participants gained insights into designing and implementing effective marketing strategies tailored for start-up businesses.
- **Integration of technology and AI:** The workshop highlighted the role of AI, software tools, and data analytics in modern sales and marketing processes.
- **Bridging technical skills with business knowledge:** Students learned to connect engineering knowledge with business concepts like market fit, customer behavior, and business models.
- **Fostering entrepreneurial mindset:** The session encouraged innovation, strategic thinking, and an entrepreneurial approach among participants.

Program Outcomes (POs) Covered

1. **PO1 – Engineering Knowledge:** Students applied computing and analytical knowledge to understand the use of AI, digital platforms, and data-driven approaches in sales, marketing, and start-up decision-making.
2. **PO3 – Design/Development of Solutions:** The workshop enabled students to conceptualize and design effective sales and marketing strategies as practical solutions for technology-based start-up problems.
3. **PO5 – Modern Tool Usage:** Participants were exposed to modern software tools, AI-driven analytics platforms, and digital technologies used in contemporary sales and marketing operations, along with an understanding of their practical limitations.
4. **PO8 – Individual and Team Work:** Interactive discussions, case studies, and collaborative activities enhanced students' ability to work effectively both individually and as members of diverse teams.
5. **PO9 – Communication:** The event strengthened students' communication skills through discussions, strategy presentations, and interpretation of marketing and business concepts in a professional context.
6. **PO11 – Life-Long Learning:** Exposure to current industry practices, evolving marketing technologies, and start-up strategies motivated students toward continuous learning, adaptability, and critical thinking in a rapidly changing technological landscape.

SDG Goals Aligned with the Event

1. **SDG 4 – Quality Education:** The workshop provided industry-oriented, experiential learning that enhanced students' practical knowledge, employability skills, and understanding of real-world business applications.
2. **SDG 8 – Decent Work and Economic Growth:** By promoting entrepreneurial skills, business awareness, and start-up readiness, the program contributed to preparing students for productive employment and economic growth.
3. **SDG 9 – Industry, Innovation, and Infrastructure:** The integration of AI, digital tools, and innovative marketing practices supported the development of innovation-driven start-ups and modern industrial practices.
4. **SDG 17 – Partnerships for the Goals:** The collaboration between academia and industry professionals strengthened knowledge sharing, practical exposure, and long-term partnerships for educational and professional development.

Conclusion:

The one-day workshop on “Effective Sales and Marketing Strategies for Start-ups” was a highly informative and interactive program that successfully bridged the gap between technical knowledge and practical business applications. Through expert-led sessions, case studies, and discussions, students gained valuable insights into sales and marketing concepts, start-up strategy development, and the role of technology and AI in customer analytics. The event not only enhanced participants’ understanding of designing and implementing effective marketing strategies but also fostered an entrepreneurial mindset, encouraged innovation, and promoted teamwork and professional communication. Exposure to real-world business scenarios and industry best practices equipped students with the skills and knowledge necessary to contribute effectively to start-up ventures and future career opportunities. Overall, the workshop served as a meaningful platform for learning, skill development, and industry-academia collaboration, motivating students to apply these strategies in practical and innovative ways.

Newspaper Clips:

తరణం

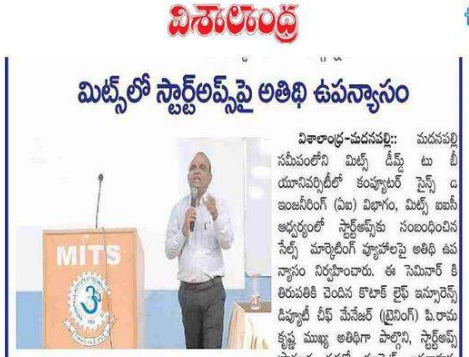
01/02/2026 | Page No: 5
tharanam.net

మిట్స్ వర్సిటీ లో సేల్స్ అండ్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు పై అతిథి ఉపన్యాసం

– కొటాక్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ లో ఆపరేటివ్ లిమిటెడ్ డిప్యూటీ చీఫ్ మేనేజర్ పి.రామకృష్ణ

మదనపల్లె జనవరి 31, (వి. శ్రీనివాసులు రెడ్డి తరణం ప్రతినిధి) :

మదనపల్లి సమీపంలో గల (మదనపల్లి ఇన్స్టిట్యూట్ ఆఫ్ టెక్నాలజీ అండ్ సైన్స్) మిట్స్ డీమ్డ్ టు బీ యూనివర్సిటీ నందు కంప్యూటర్ సైన్స్ అండ్ ఇంజనీరింగ్ (ఆర్టిఫిషల్ ఇంటలిజెన్స్) విభాగం వారు మిట్స్ ఐ ఇ సి ఆధ్వర్యంలో స్టార్టప్స్ కోసం సమర్థవంతమైన సేల్స్ అండ్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు అనే అంశంపై విద్యార్థులకు అతిథి ఉపన్యాస కార్యక్రమాన్ని నిర్వహించారు. ఈ కార్యక్రమానికి ముఖ్య అతిథిగా అతిపతి కి చెందిన కొటాక్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ లో అపరేటివ్ లిమిటెడ్ డిప్యూటీ చీఫ్ మేనేజర్ (ట్రైనింగ్) పి.రామకృష్ణ పాల్గొన్నారు. ఈ సందర్భంగా ఆయన మాట్లాడుతూ స్టార్టప్స్ ప్రారంభ దశలో ఎదురయ్యే సవాళ్లు, మార్కెట్ అవసరాలను గుర్తించడం, వినియోగా దారులకు అర్థమయ్యే విధానాలు మరి అంశాలపై అవగాహన పెంచుకోవడం చాలా ముఖ్యమని తెలిపారు. విద్యార్థులు సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో పాటు వ్యాపార దృక్పథంకూడా కలిగి ఉండాలని, పరిశ్రమ ఆధారిత విద్య ప్రాక్టికల్ అనుభవం, స్టార్టప్ విజయానికి కీలకమన్నారు. ప్రస్తుత అధునిక ప్రపంచంలో డిజిటల్ మార్కెటింగ్, బ్రాండింగ్, కస్టమర్ రిలేషన్ షిప్ మేనేజ్మెంట్ ఎదుగుతగా ప్రభావం చూపుతున్నా యని గుర్తు చేశారు. సరైన సేల్స్, మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు అనుసు చేయడం ద్వారా మానత అవిష్కరణలు మరింత అభివృద్ధి చెందుతాయని వివరించారు. ముఖ్యంగా సోషల్ మీడియా, ఆన్లైన్ ప్రచారం ద్వారా వ్యాపారాన్ని విస్తరించ వచ్చని సూచించారు. విద్యార్థులు సరైన కమ్యూనికేషన్ స్కిల్స్, మార్కెట్ అవగాహన, పేకరించిన సమాచారాన్ని పరిశీలించి, అర్థం చేసుకుని సరైన అలోచనలతో పాటు స్పీడు అనుభవం ఉంటే స్టార్టప్స్లో వేగంగా అభివృద్ధి చెందవచ్చని తోపారు. ఇట్యోగ అవకాశాలు కల్పించ వచ్చని సెల్ఫోన్నారు. ఈ కార్యక్రమంలో ప్రిన్సిపాల్ డాక్టర్ పి.రామనాథన్, విభాగాధిపతి డాక్టర్ ఆర్.కల్పనా, కో-ఆర్డినేటర్ టి.పవన్, కో కోఆర్డినేటర్ డాక్టర్ రొక్కనాథన్, విద్యార్థులు పాల్గొన్నారు.



విశాలాంధ్ర

మిట్స్‌లో స్టార్ట్‌అప్స్‌పై అతిథి ఉపన్యాసం

విశాఖాంధ్ర-మదనపల్లి:: మదనపల్లి సమీపంలోని మిట్స్ డీమ్డ్ టు బీ యూనివర్సిటీలో కంప్యూటర్ సైన్స్ ఇంజనీరింగ్ (ఏఐ) విభాగం, మిట్స్ ఐఐసీ ఆధ్వర్యంలో స్టార్ట్‌అప్స్‌కు సంబంధించిన సేల్స్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలపై అతిథి ఉపన్యాసం నిర్వహించారు. ఈ సెమినార్ కి తిరుపతికి చెందిన కొటాక్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ డిప్యూటీ చీఫ్ మేనేజర్ (ట్రైనింగ్) పి.రామకృష్ణ ముఖ్య అతిథిగా పాల్గొని, స్టార్ట్‌అప్స్ ప్రారంభ దశలో మార్కెట్ అవగాహన, డిజిటల్ మార్కెటింగ్, బ్రాండింగ్, ప్రాధాన్యతపై విద్యార్థులకు వివరించారు.సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో పాటు వ్యాపార దృక్పథంకూడా అవసరమని, సరైన సేల్స్ వ్యూహాలతో అవిష్కరణలు వేగంగా అభివృద్ధి చెందుతాయని తెలిపారు. ఈ కార్యక్రమంలో ప్రిన్సిపాల్ డాక్టర్ పి.రామనాథన్, విభాగాధిపతి డాక్టర్ ఆర్.కల్పనా, అధ్యాపకులు, విద్యార్థులు పాల్గొన్నారు.

01/02/2026 | Kadapa | Page : 4
Source : https://epaper.visalaandhra.com/

ఈనాడు
epaper.eenadu.net

డిజిటల్ మార్కెటింగ్‌పై దృష్టి

మదనపల్లె విద్య, న్యూస్‌టుడే: వినియోగదారులను ఆకర్షించే అంశాలపై విద్యార్థులు అవగాహన పెంచుకోవాలని తిరుపతికి చెందిన కొటక్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ కో ఆపరేటివ్ లిమిటెడ్ డిప్యూటీ మేనేజర్ రామకృష్ణ అన్నారు. శనివారం మిట్స్ డీమ్డ్ టుబీ విశ్వవిద్యాలయంలో ఏఐ విభాగం ఆధ్వర్యంలో స్టార్టప్స్ కోసం సమర్థమైన సేల్స్, మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు అంశంపై అవగాహన కల్పించారు. ఆధునిక ప్రపంచంలో డిజిటల్ మార్కెటింగ్, బ్రాండింగ్, కస్టమర్ రిలేష నషిప్ మేనేజ్‌మెంట్ ముఖ్యపాత్ర పోషిస్తాయన్నారు. ప్రిన్సిపల్ డాక్టర్ రామనాథన్, విభాగాధిపతి డాక్టర్ ఆర్.కల్పన, సమన్వయకర్త టి.పవన్, డాక్టర్ చొక్కనాథన్, విద్యార్థులు పాల్గొన్నారు.

Date : 01/02/2026 EditionName : ANDHRA PRADESH(ANNAMAYYA) PageNo :

సూర్య

మిట్స్ వర్శిటీలో సేల్స్,మార్కెటింగ్ వ్యూహాలపై అతిథి ఉపన్యాసం

మిట్స్ యూనివర్శిటీలో సేల్స్,మార్కెటింగ్ వ్యూహాలపై అతిథి ఉపన్యాసం