



نظام نامه
" کمیته برزب "

تاریخ :
کد سند: M_0001
شماره ویرایش :
شماره بازنگری :

جدول تغییرات

شماره ویرایش	تاریخ ویرایش	صفحات تغییر یافته	شرح تغییر

جدول تأیید و تصویب

مسئولیت	تهیه کننده		بررسی کننده		تصویب کننده
	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء					
تاریخ	۹۸/۴/۲۲		۹۸/۴/۲۴		

گیرنده سند:



شرکت خدمات ایران

نظام نامه

" کمیته برزب "

تاریخ:

کد سند: M_0001

شماره ویرایش: ۱

شماره بازنگری: ۱

شماره صفحه: ۱ از ۷

فهرست مطالب

شماره صفحه

فصل ۱: کلیات ۲

فصل ۲: شرح وظایف و مأموریتها ۴

فصل ۳: منابع، ابلاغ و تصویب ۸



شرکت دخیانیت ایران

نظامنامه

" کمیته برند "

تاریخ:

کد سند: M_0001

شماره ویرایش: ۱

شماره بازنگری: ۱

شماره صفحه: ۲ از ۷

فصل ۱: کلیات

ماده ۱ هدف

هدف از تدوین این سند نظام بخشیدن، چابک سازی و سرعت بخشیدن در امور مربوط به برند و برندینگ محصولات، خدمات و سایر موارد شرکت دخیانیت ایران جهت دست یافتن به اهداف زیر می باشد.

- احیای برند های شرکت

- حفظ و ارتقاء سطح و جایگاه برند

- رصد چرخه عمر برندهای شرکت

- استفاده بهینه از برندهای در اختیار شرکت

- ایجاد مزیت رقابتی برای برندهای شرکت نسبت به رقبا

ماده ۲ دامنه کاربرد

این نظامنامه چارچوبی برای انجام فعالیت های کمیته برند و موضوعات مرتبط با برند و برندینگ شرکت می باشد.

ماده ۳ تعاریف

در این نظامنامه:

۱-۳ - شرکت

منظور از شرکت در این نظامنامه، شرکت دخیانیت ایران می باشد.

۲-۳ - کمیته

منظور از کمیته در این نظامنامه، کمیته برند می باشد.

۳-۳ - محصول

به کالایی که حاصل / دست آورد / فرآورده یک فرآیند تولیدی یا تحقیقاتی باشد یا خدمات دیگری که به مشتریان / مصرف کنندگان عرضه گردد، گفته می شود.

۴-۳ - تولید مشارکتی

هر نوع تولیدات برندهای شرکت که با هدف کسب منفعت و سود با سرمایه گذار برون سازمانی انجام می شود.

۵-۳ - علامت تجاری

نام، عبارت، طرح، نماد و یا هر ویژگی که در شرکت آنها را با هدف ارزش آفرینی برای محصولات در جهت ایجاد تمایز از محصولات مشابه سایر بنگاه ها مورد استفاده قرار داده و طبق قوانین و مقررات مربوطه به ثبت می رسد یا به عبارتی هر نشان قابل رویتی که بتواند کالاها و یا خدمات اشخاص حقیقی / حقوقی را از هم متمایز نماید.

۶-۳ - طرح صنعتی

هر گونه ترکیب خطوط یا رنگ ها و هرگونه شکل سه بعدی با خطوط و رنگ ها یا بدون آن، به گونه ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد، طرح صنعتی است.

۷-۳ - برند

تجربه کلی در ذهن مشتری که یک محصول یا سازمان را نسبت به سایر رقبا متمایز می نماید.

مدیر عامل	مدیر برنامه ریزی	مدیر برنامه ریزی	مدیر نظارت و	مسئولیت
	معاون برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی	معاون بازاریابی و فروش	مدیر نظارت و صیانت از محصول	
				امضاء و تاریخ



شرکت مخابرات ایران

نظامنامه

" کمیته برند "

تاریخ:

کد سند: M_0001

شماره ویرایش: ۱

شماره بازنگری: ۱

شماره صفحه: ۳ از ۷

تبصره: در این سند هر جایی که از کلمه برند استفاده گردد شامل تعاریف علائم تجاری، طرح صنعتی و برند می-باشد.

۳-۸- برندینگ

سلسله اقدامات اجرایی می‌باشد که یک علامت تجاری را دارای هویت و شخصیت می‌نماید و برای ایجاد آگاهی و افزایش وفاداری مشتری استفاده می‌شود و هدف اصلی این اقدامات، ایجاد ذهنیت و چشم‌انداز نسبت به تجارت شرکت در مشتریان است.

۳-۹- کمیته برند

به اعضای اطلاق می‌شود که به‌موجب مفاد این نظامنامه توسط مقام عالی شرکت برای بررسی برندها، نگهداشت و ارتقاء آنها و معرفی برندهای جدید و همچنین رصد چرخه عمر برندهای جاری شرکت در راستای اجرای برندینگ وفق ماده ۴ انتخاب و معرفی می‌شوند.

۳-۱۰- کارگروه تخصصی برند

به‌جهت کارشناسی موارد مربوط به برندهای شرکت موضوعات مرتبط در کارگروهی تخصصی تحت نظر کمیته مورد بررسی قرار می‌گیرد.

به اقتضای موضوع خاصی با اعضای منتخب واحدهای تخصصی ذی‌ربط به پیشنهاد دبیر یا ارجاع موضوع از طرف کمیته تشکیل می‌گردد.

تبصره: دبیرخانه کمیته طی دعوتنامه کتبی از اعضای کارگروه دعوت به‌عمل آورده و موضوع مطروحه را به صورت کاملا کارشناسی شده، مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار داده و طی صورتجلسه‌ای که به امضا کلیه اعضا می‌رسد، نتایج کارگروه مذکور را با نظر رئیس کمیته در جلسات کمیته طرح می‌نماید. (حداکثر ظرف ۷ روز کاری)

ماده ۴ اعضای کمیته

کمیته متشکل از:

۴-۱- معاون بازاریابی و فروش بعنوان رئیس کمیته

۴-۲- معاون مالی و منابع انسانی به‌عنوان عضو کمیته

۴-۳- معاون تولید بعنوان عضو کمیته

۴-۴- معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی به‌عنوان عضو کمیته

۴-۵- مدیر سرمایه‌گذاری و امور اقتصادی به‌عنوان عضو کمیته

۴-۶- مدیر نظارت و صیانت از محصول به‌عنوان دبیر کمیته

۴-۷- مدیر بازاریابی و فروش بعنوان عضو کمیته

۴-۸- مدیر امور تحقیقاتی به‌عنوان عضو کمیته

۴-۹- مدیر امور حقوقی به‌عنوان عضو کمیته

۴-۱۰- مدیر صادرات به‌عنوان عضو کمیته

۴-۱۱- مدیر بازرسی و حسابرسی داخلی به‌عنوان عضو ناظر

۴-۱۲- مدیر دفتر مرکزی حراست به‌عنوان عضو ناظر

مستولیت	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء و تاریخ					



شرکت مخابرات ایران

نظام نامه

" کمیته برند "

تاریخ:

کد سند: M_0001

شماره ویرایش: ۱

شماره بازنگری: ۱

شماره صفحه: ۴ از ۷

تبصره: حسب مورد و در صورت نیاز با تأیید رئیس کمیته از سایر مدیران یا کارشناسان متخصص امر جهت حضور در جلسه به عنوان عضو مدعو دعوت بعمل می آید.

ماده ۵ نحوه تشکیل جلسات و اتخاذ تصمیم

- ۱-۵- جلسات معمول کمیته ماهی یکبار با ارسال دعوت نامه توسط دبیر تشکیل می گردد.
- تبصره ۱: با تشخیص و مسئولیت رئیس کمیته دوره زمانی برگزاری جلسات قابل تغییر می باشد.
- ۲-۵- کلیه اعضای کمیته مکلفند شخصاً در جلسات کمیته شرکت نمایند.
- تبصره ۲: اعضای ناظر از مشمولیت این بند مستثنی می باشند.
- ۳-۵- جلسات کمیته با حضور رئیس کمیته و اکثریت اعضاء اصلی رسمیت می یابد.
- ۴-۵- تصمیمات کمیته با نظر دو سوم اعضای حاضر اخذ می گردد.
- ۵-۵- تصمیمات کمیته توسط دبیر کمیته بصورت مکتوب به اعضای کمیته و یا سایر واحدهای مرتبط اعلام می گردد.

۶-۵- کلیه اعضاء ملزم به امضای صورتجلسه مربوطه بوده و در صورت وجود نظر مخالف، می بایست در صورتجلسه قید و امضاء نماید.

۷-۵- تصمیمات کمیته با تأیید و ابلاغ مدیرعامل و عندالزوم تصویب هیأت مدیره و قابل اجرا می باشد.
تبصره ۳: اخذ مصوبه هیات مدیره به تشخیص مدیرعامل و متناسب با تفویض اختیار صورت می پذیرد.

فصل ۲: شرح وظایف و مأموریتها

ماده ۶ مأموریت های عمومی

- ۱-۶- تدوین سیاستها، خطمشی ها و اولویت بندی برند و برندینگ شرکت.
- ۲-۶- اعمال نظارت عالی بر امور مربوط به برندهای شرکت اعم از امور ثبت، تمدید و نگهداشت برند.
- ۳-۶- بررسی و ارائه پیشنهاد در خصوص استفاده بهینه از برندهای شرکت (تولید، واگذاری، مشارکت و غیره).
- ۴-۶- بررسی نهایی سازی طرحهای توسعه ای در راستای برندینگ به جهت اجرا و ارزیابی نتایج طرحهای مطالعاتی مرتبط با برندینگ.
- ۵-۶- تدوین پیش نویس روش های اجرایی برندینگ.
- ۶-۶- تدوین پیش نویس نظام ارزیابی برندهای شرکت.
- ۷-۶- تهیه اسناد راهبردی، برنامه ها، موافقت نامه طرحها و پیش بینی منابع و زیرساختها و الزامات مورد نیاز اجرای طرحهای برندینگ.
- ۸-۶- بررسی و سیاست گذاری در جهت بهبود تصویر ذهنی در راستای افزایش رضایتمندی مشتریان و مصرف کنندگان از برندهای شرکت.
- ۹-۶- برنامه ریزی در خصوص سیاستهای برندینگ شرکت و محصولات آن در رسانه های شرکت.
- ۱۰-۶- بررسی و گزارش تاثیر اقدامات و عملکرد واحدهای مختلف شرکت در خصوص برندینگ.

مسئولیت	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء و تاریخ					



نظامنامه
" کمیته برند "

تاریخ :
کد سند: M_0001
شماره ویرایش : ۱
شماره بازنگری : ۱
شماره صفحه: ۵ از ۷

- ۱۱-۶- بررسی و ارائه گزارش از تاثیر استراتژیهای طراحی محصول، تولید، تولید مشارکتی، برندسازی مشارکتی، بسته‌بندی، توزیع، قیمت گذاری، ترفیعات فروش در مرحله بازاریابی و فروش بر وضعیت برندهای شرکت .
- ۱۲-۶- تعیین جایگاه برندهای شرکت در مقایسه با رقبا و برنامه‌ریزی جهت ارتقاء برند و برندینگ.
- ۱۳-۶- بررسی و تحلیل چالش‌های پیش رو و فرصت‌های آتی در حوزه برندینگ.
- ۱۴-۶- بررسی و اتخاذ تصمیم در خصوص نحوه طراحی نام و برند توجه به تکنولوژی های موجود .
- ۱۵-۶- برنامه‌ریزی جهت ایجاد سامانه و آرشیو الکترونیکی از گواهی‌های ثبتی موجود یا از پیش ثبت شده داخلی و خارجی یا امکان هشدار انقضاء .
- ۱۶-۶- دریافت گزارش و بررسی موضوعی درخصوص شناسایی برندهای ثبت نشده و دارای سهم بازار و برنامه‌ریزی‌های مربوطه .
- ۱۷-۶- دریافت گزارش رصد مبادی خروجی کشور جهت شناسایی کالاهای مجعول یا مشابه کالاهای تولیدی شرکت و بررسی در راستای برنامه‌ریزی و نظارت متناسب با استراتژی‌های تعیین شده.
- ۱۸-۶- ارائه پیشنهادات مربوط به برندسازی (نام، علامت تجاری، طرح صنعتی و غیره) .
- ۱۹-۶- ارائه پیشنهادات در راستای بهبود فرآیندهای مرتبط با برندینگ.
- ۲۰-۶- دریافت و پیگیری مصوبات کمیته در خصوص برندینگ.
- ۲۱-۶- همکاری در طراحی و پیاده سازی سامانه مرتبط با موضوع فعالیت کمیته.
- ۲۲-۶- ارائه طرح‌های مطالعاتی مرتبط با برندینگ.

ماده ۷ مأموریت های تخصصی اعضا در کمیته

- ۱-۷- وظایف معاونین شرکت:
- اخذ تدابیر و اقدامات لازم متناسب با شرح وظایف هر معاونت در راستای فراهم سازی زیرساختهای مرتبط با مصوبات کمیته
- ۲-۷- مدیر نظارت و صیانت از محصول (دبیر کمیته)
- ۱-۲-۷- تشکیل دبیرخانه کمیته.
- ۲-۲-۷- دریافت و جمع بندی نقطه نظرات ارائه شده توسط اعضا.
- ۳-۲-۷- ارسال دعوتنامه جهت حضور اعضا و مدعوین در جلسه
- ۴-۲-۷- انجام مکاتبات لازم با اعضا و مدعوین.
- ۵-۲-۷- پیگیری گردش کار و مصوبات کمیته از اعضا در راستای وظایف.
- ۶-۲-۷- هماهنگی و برگزاری جلسات کمیته.
- ۷-۲-۷- ارائه پیشنهاد دستور کار برای تشکیل جلسه
- ۸-۲-۷- ارائه گزارش اقدامات صورت پذیرفته در خصوص صیانت و نگهداشت برندهای شرکت.
- ۹-۲-۷- ارائه گزارش در خصوص وضعیت کالاهای توزیع شده به صورت غیرمجاز و قاچاق در بازار

مسئولیت	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء و تاریخ					



نظام نامه
" کمیته برند "

تاریخ :
کد سند: M_0001
شماره ویرایش : ۱
شماره بازنگری : ۱
شماره صفحه: ۶ از ۷

- ۷-۳-۳- مدیر امور حقوقی
- ۷-۳-۱- ارائه گزارش اقدامات صورت پذیرفته در خصوص ثبت و تمدید برندهای شرکت (ثبت شده یا نشده) در داخل و خارج از کشور در زمان مقرر و پیش از انقضاء .
- ۷-۳-۲- ارائه گزارش از وضعیت امور دعاوی برندهای شرکت.
- ۷-۴-۴- مدیر امور تحقیقاتی
- ۷-۴-۱- ارائه گزارش اقدامات صورت پذیرفته در خصوص ارتقاء سطح کیفی محصولات در راستای ارتقاء برند.
- ۷-۴-۲- ارائه گزارش در خصوص مشکلات موجود در حوزه کنترل کیفی مجتمع‌های تولیدی.
- ۷-۴-۳- ارائه پیشنهادات در خصوص کیفیت مواد اولیه توتونی و غیر توتونی تأمین شده.
- ۷-۵-۵- مدیر بازاریابی و فروش
- ۷-۵-۱- ارائه گزارش‌های لازم در مورد تحقیقات بازار (تحلیل بازار، رقبا، مصرف کنندگان و مشتریان).
- ۷-۵-۲- ارائه گزارش در خصوص شناسایی مشتریان بالقوه.
- ۷-۵-۳- ارائه پیشنهادات نحوه تخصیص ترفیعات.
- ۷-۵-۴- ارائه گزارش‌های تحلیلی در خصوص دلایل عدم تحقق برنامه فروش.
- ۷-۵-۵- ارائه گزارش در خصوص انتقادات و پیشنهادات مشتریان و پیگیری‌های صورت گرفته در راستای پیشنهادات واصله.
- ۷-۶-۶- مدیر صادرات
- ۷-۶-۱- ارائه گزارش‌های لازم در مورد تحقیقات بازار بین المللی (تحلیل بازار، مصرف کنندگان و مشتریان).
- ۷-۶-۲- ارائه گزارش در خصوص شناسایی مشتریان بالقوه بین المللی.
- ۷-۶-۳- ارائه گزارش‌های تحلیلی در خصوص دلایل عدم تحقق برنامه صادرات.
- ۷-۶-۴- ارائه گزارش در خصوص انتقادات و پیشنهادات مشتریان و پیگیری‌های صورت گرفته در راستای پیشنهادات واصله.

ماده ۸ مسئولیت‌های عمومی سایر حوزه‌ها

۸-۱- تمامی مدیران ستادی، مدیران مجتمع‌های تولیدی، مدیر مرکز آموزش و تحقیقات تیرتاش و رؤسای ادارات استانی متناسب با وظایف، مسئولیت‌ها و مأموریت‌های حوزه تخصصی خود موظف به همکاری با کمیته می‌باشند.

ماده ۹ روش‌های طرح موضوعات در کمیته

- طرح‌ها و موضوعات قابل طرح در کمیته از طریق روش‌های زیر قابل انجام می‌باشد:
- ۹-۱- دستور کار ارسالی توسط دبیر کمیته
- ۹-۲- مکاتبه اشخاص حقیقی و حقوقی و ارائه پیشنهادات در خصوص ارتقاء سطح کیفی محصولات در راستای برندینگ با دبیرخانه کمیته
- ۹-۳- تعامل مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل با کمیته برند در راستای برندینگ و اخذ پیشنهادات مرتبط از ذی‌نفعان

مسئولیت	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء و تاریخ					



نظامنامه
" کمیته برند "

تاریخ :
کد سند: M_0001
شماره ویرایش : ۱
شماره بازنگری : ۱
شماره صفحه: ۷ از ۷

۴-۹- پیشنهادات واصله از معاونت‌ها، مدیریت‌ها، مجتمع‌های تولیدی و سایر کارکنان شرکت به دبیرخانه کمیته

ماده ۱۰ کارگروه تخصصی برند

حسب مورد و متناسب با موضوعات و پیشنهادات واصله در خصوص برندینگ، کارگروه تخصصی برند در حوزه‌های مربوطه به تشخیص دبیر کمیته اعضاء تعیین و کارگروه مربوطه تشکیل می‌گردد.

ماده ۱۱ تعامل با سایر کارگروه‌ها

دبیر کمیته می‌تواند حسب نیاز نماینده/ نمایندگان جهت عضویت در کارگروه تخصصی برند یا سایر کارگروه‌های مرتبط معرفی نماید.

ماده ۱۲ نظارت

مسئولیت نظارت بر حسن انجام کار کمیته و کارگروه تخصصی برند بر عهده رئیس کمیته می‌باشد.

ماده ۱۳ تغییرات و اصلاح

هرگونه تغییرات و اصلاح در این نظامنامه با پیشنهاد رئیس کمیته به کمیته تدوین و بازنگری مستندات، امکان پذیر می‌باشد.

فصل ۳: منابع ، ابلاغ و تصویب

ماده ۱۴ منابع

۱-۱۴- ندارد.

ماده ۱۵ ابلاغ نسخ

جدول ابلاغ نسخ

ردیف	واحدهای مرتبط	ردیف	واحدهای مرتبط	ردیف	واحدهای مرتبط
۱	معاون بازاریابی و فروش	۵	مدیر سرمایه‌گذاری و امور اقتصادی	۹	مدیر امور حقوقی
۲	معاون مالی و منابع انسانی	۶	مدیر نظارت و صیانت از محصول	۱۰	مدیر صادرات
۳	معاون تولید	۷	مدیر بازاریابی و فروش	۱۱	مدیر بازرسی و حسابرسی داخلی
۴	معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی	۸	مدیر امور تحقیقاتی	۱۲	مدیر دفتر مرکزی حراست

ماده ۱۶ تصویب نامه

این نظامنامه در ۳ فصل و ۱۶ ماده و ۶ تبصره در تاریخ / / به تصویب مدیرعامل شرکت رسیده و از تاریخ ابلاغ لازم الاجرا می‌باشد.

مسئولیت	مدیر نظارت و صیانت از محصول	معاون بازاریابی و فروش	مدیر برنامه ریزی	معاون برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی	مدیر عامل
امضاء و تاریخ					



فرم
"تایید مستندات تدوین شده توسط اعضای کمیته"

تاریخ
کد فرم: F-FI-01
شماره ویرایش:
شماره بازنگری:
شماره صفحه: ۱ از ۱

عنوان سند: نظام نامه «کمیته برند»
پیوست نامه شماره ۹۸/۳۱۹۲۵۶۹ مورخ ۹۸/۳/۲۶

ردیف	اعضای کمیته تدوین مستندات	نام و نام خانوادگی	تاریخ و امضاء
۱	مدیر برنامه ریزی	سعید تشکری	
۲	عضو هیئت مدیره و مدیر بازرسی، حسابرسی داخلی	علی مهدوی	
۳	سرپرست مدیریت صادرات	محمد آئینی	
۴	سرپرست مدیریت نظارت و صیانت از محصول	منصور عبدالمهدی	
۵	سرپرست مدیریت بودجه و امور مالی	مرتضی پاشا مختاریان	
۶	سرپرست مدیریت امور حقوقی	نگین میرعلانی	
۷	سرپرست مدیریت دفتر مرکزی حراست	علیرضا احضاری	
۸	سرپرست مدیریت تحقیقاتی	فرشید آئینی	
۹	سرپرست اداره معماری سازمانی	سید مرتضی شیخانی	