

## انعقاد تفاهم نامه همکاری میان سازمان توسعه تجارت ایران و موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

با توجه به اهمیت نام و نشان تجاری (برند) در نظم بخشی و ارتقا کیفیت بازار داخلی و نقش موثر آن در ثبات و ماندگاری محصولات ایرانی در بازارهای صادراتی و به منظور بهره مندی حداکثری از توانمندی ها، ظرفیت ها و تجارت علمی کشور در شناسایی، مفهوم سازی نام و نشان تجاری و انتخاب و معرفی الگوهای موفق برندسازی در کشور، تفاهم نامه همکاری میان مهندس ولی اله افخمی راد رییس کل سازمان توسعه تجارت ایران و دکتر محمدرضا رضوی رییس موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی امضا شد.

به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، از جمله موضوعات تفاهم نامه می توان به همکاری در ارزیابی، انتخاب برندهای برتر و برگزاری جشنواره و همایش معرفی برندهای منتخب به منظور توسعه و ترویج فرهنگ برند، تقویت برندهای صادراتی و برندسازی در کشور اشاره کرد.

برنامه ریزی و اجرای برنامه های ترویجی برند در کشور، تایید و تصویب نهایی مدل، شاخص ها و معیارهای مورد استفاده در مدل ارزیابی برندهای برتر، تشکیل کمیته راهبری انتخاب برندهای برتر و استقرار دبیرخانه کمیته انتخاب برندهای برتر ملی از دیگر موضوعات مورد تاکید طرفین در این تفاهم نامه بوده است.

در این تفاهم نامه طرفین بر سیاستگذاری و مشارکت در برگزاری جشنواره، همایش و سایر رویدادهای مرتبط با موضوع تفاهم نامه و درج نام و لوگو موسسه در وب سایت، پوستر و سایر مدارک مرتبط با موضوع این تفاهم نامه تاکید کردند.

بر اساس این گزارش، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی در این تفاهم متعهد شده است مطالعات پشتیبان برای تهیه مدل مناسب، شاخص ها و معیارهای مورد استفاده در مدل رتبه بندی برندهای ملی را انجام دهد و جشنواره ها، همایش ها، دوره ها و کارگاه های آموزشی مرتبط با برند را با بهره مندی از اساتید و کارشناسان معتبر داخلی و خارجی در حوزه برند با هماهنگی سازمان برگزار کند.

همچنین موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی بر اساس این تفاهم نامه متعهد به مستندسازی و ارایه گزارش برگزاری رویدادها در پایان هر پروژه و تدارک سازوکارهای لازم و تامین منابع مالی مورد نیاز برای اجرای فرایند انتخاب و معرفی برندهای برتر ملی شد.

بر اساس این تفاهم طرفین متعهد شدند تا ارکان همایش اعم از کمیته های راهبردی، علمی و اجرایی را طراحی و در زمینه فرایند و مراحل انتخاب برندهای برتر ملی اطلاع رسانی و مراسم انتخاب و تقدیر از برندهای برتر ملی را برگزار کنند.

بر اساس این گزارش، مدت زمان اعتبار تفاهم نامه یاد شده از ۴ مرداد ماه سال جاری به مدت سه سال تعیین شده و با توافق طرفین قابل تمدید است. این تفاهم نامه در ۵ ماده و یک تبصره تنظیم و امضا شده است.