

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

Số: 1599/QĐ-ĐHQG

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 12 năm 2019

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành Quy định về công tác quản trị thương hiệu
tại Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh**

GIÁM ĐỐC ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Căn cứ Nghị định số 186/2013/NĐ-CP ngày 17 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ về Đại học Quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 26/2014/QĐ-TTg ngày 26 tháng 3 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế về tổ chức và hoạt động của Đại học Quốc gia và các cơ sở giáo dục đại học thành viên;

Căn cứ Quyết định số 205/QĐ-ĐHQG ngày 08 tháng 3 năm 2018 của Giám đốc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) về việc ban hành Quy định chức năng, nhiệm vụ Văn phòng và các Ban chức năng ĐHQG-HCM;

Xét đề nghị của Chánh Văn phòng ĐHQG-HCM,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Quy định về công tác quản trị thương hiệu tại ĐHQG-HCM.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Chánh Văn phòng, Trưởng các Ban chức năng, Thủ trưởng các đơn vị thành viên, trực thuộc và công chức, viên chức, người lao động của các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. / *nh*

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- Phó Giám đốc (để biết);
- Lưu: VT, VP.

GIÁM ĐỐC



Huỳnh Thành Đạt
Huỳnh Thành Đạt

QUY ĐỊNH
Về công tác quản trị thương hiệu
tại Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 1599/QĐ-ĐHQG ngày 18 tháng 12 năm 2019
của Giám đốc Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh)*

Chương I

NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng

1. Văn bản này quy định những nguyên tắc cơ bản được áp dụng trong toàn Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) về: thương hiệu ĐHQG-HCM; logo ĐHQG-HCM và logo các đơn vị thành viên, đơn vị trực thuộc, các đoàn thể và tổ chức xã hội trong ĐHQG-HCM (sau đây gọi tắt là đơn vị); tên gọi của ĐHQG-HCM và của đơn vị; biểu tượng ĐHQG-HCM và của đơn vị; vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM và khẩu hiệu của ĐHQG-HCM.

2. Quy định này là căn cứ để các đơn vị xây dựng văn bản hướng dẫn về phát triển thương hiệu, quản trị thương hiệu và quảng bá hình ảnh của các đơn vị; đồng thời làm căn cứ để Văn phòng và các Ban chức năng của ĐHQG-HCM xây dựng các văn bản hướng dẫn các nghi thức, quy trình và thủ tục thực hiện các hoạt động chuyên môn, góp phần phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

Điều 2. Giải thích từ ngữ

Trong Quy định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. Thương hiệu ĐHQG-HCM là tổng hợp những yếu tố tạo nên danh tiếng và năng lực cạnh tranh của ĐHQG-HCM, được biểu hiện dưới các hình thức hữu hình và vô hình để nhận biết và quảng bá hình ảnh, uy tín của ĐHQG-HCM.

Thương hiệu ĐHQG-HCM là tài sản trí tuệ thuộc sở hữu của ĐHQG-HCM bao gồm nhưng không giới hạn các đối tượng sau:

- a) Logo ĐHQG-HCM
- b) Tên gọi Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh (Tiếng Việt, tiếng nước ngoài, viết tắt).
- c) Các biểu hiện dưới dạng vật chất hữu hình có sử dụng logo và tên gọi ĐHQG-HCM.

2. Quản trị thương hiệu ở ĐHQG-HCM là việc ĐHQG-HCM thực hiện các biện pháp để kiểm soát, bảo vệ, khai thác, phát triển và quảng bá thương hiệu ĐHQG-HCM thông qua tất cả hoạt động thuộc phạm vi chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của ĐHQG-HCM. Tất cả hoạt động xác lập nguyên tắc, nội dung, quy trình, quy định cụ thể để xây dựng, phát triển, quản lý thương hiệu và hình ảnh của ĐHQG-HCM thông qua các hoạt động: đào tạo, nghiên cứu khoa học, phát triển và chuyển giao tri thức, phục vụ xã hội, hợp tác quốc tế, hoạt động đoàn thể của ĐHQG-HCM.

3. Tài sản thương hiệu của ĐHQG-HCM bao gồm nhãn hiệu, biểu tượng, tên gọi, tên viết tắt. Giá trị hữu hình, giá trị vô hình của các vật phẩm, hình thức quảng bá thương hiệu và hình ảnh của ĐHQG-HCM. Tài sản trí tuệ thuộc sở hữu ĐHQG-HCM là bộ phận không tách rời của thương hiệu ĐHQG-HCM. Chỉ ĐHQG-HCM và đơn vị mới có quyền sử dụng các tài sản này theo đúng quy định về quản trị thương hiệu ĐHQG-HCM trong các hoạt động công vụ và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

4. Đơn vị, tổ chức hay cá nhân khác chỉ được phép sử dụng các tài sản thương hiệu của ĐHQG-HCM khi có sự đồng ý bằng văn bản của ĐHQG-HCM. Trong một số trường hợp cụ thể cần có thỏa thuận dưới hình thức hợp đồng.

Chương II

THƯƠNG HIỆU ĐHQG-HCM

Điều 3. Sứ mạng và tầm nhìn của thương hiệu ĐHQG-HCM

1. Sứ mạng của thương hiệu ĐHQG-HCM: xây dựng và phát triển danh tiếng, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM với định hướng là một trung tâm đào tạo đại học, sau đại học và nghiên cứu khoa học - công nghệ đa

ngành, đa lĩnh vực, chất lượng cao, đạt trình độ tiên tiến, làm nòng cốt cho hệ thống giáo dục đại học, đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội.

2. Tầm nhìn thương hiệu: Hướng đến xây dựng một hệ thống đại học trong топ đầu châu Á, nơi hội tụ của khoa học, công nghệ, văn hóa và tri thức Việt Nam. Thương hiệu của ĐHQG-HCM đến năm 2030 trở thành một thương hiệu được biết đến rộng rãi, nhất quán, được bảo hộ, có giá trị pháp lý, tương xứng với sứ mệnh, giá trị cốt lõi, quy mô, danh tiếng ĐHQG-HCM ở trong nước và trên thế giới.

Điều 4. Nguyên tắc quản trị thương hiệu ĐHQG-HCM

1. Thương hiệu ĐHQG-HCM phải phản ánh các giá trị cốt lõi của ĐHQG-HCM, đó là các yếu tố bên trong tạo nên uy tín và năng lực cạnh tranh cao của ĐHQG-HCM.

2. Thương hiệu ĐHQG-HCM phải đảm bảo sự thống nhất giữa các yếu tố bên trong (các giá trị cốt lõi) với các đặc trưng, hình ảnh biểu hiện bên ngoài.

3. Thương hiệu ĐHQG-HCM phải được phát triển trên cơ sở chiến lược phát triển của ĐHQG-HCM.

4. Thương hiệu ĐHQG-HCM phải được quản trị, dựa trên hệ thống văn bản quy định về quản trị, phát triển thương hiệu, quảng bá hình ảnh ĐHQG-HCM; thông qua các hình thức tổ chức và triển khai hoạt động quản trị thương hiệu một cách khoa học, hiện đại và phù hợp yêu cầu thực tiễn.

5. Thương hiệu ĐHQG-HCM là tài sản trí tuệ thuộc sở hữu của ĐHQG-HCM, được bảo vệ theo các quy định của Luật Sở hữu trí tuệ hiện hành và các điều ước quốc tế về sở hữu trí tuệ mà Việt Nam là thành viên. Nghiêm cấm mọi hình thức lạm dụng, sử dụng trái phép thương hiệu ĐHQG-HCM.

Điều 5. Cấu trúc thương hiệu ĐHQG-HCM

1. Cấu trúc thương hiệu ĐHQG-HCM là cấu trúc thương hiệu “Mẹ-Con”, thương hiệu mẹ là thương hiệu ĐHQG-HCM, thương hiệu con là thương hiệu các đơn vị. Cấu trúc Mẹ-Con được hiển thị rõ trong logo, biểu tượng, tên gọi và các hình thức quảng bá hình ảnh khác của ĐHQG-HCM và của đơn vị.

2. Các hình thức quảng bá hình ảnh của thương hiệu ĐHQG-HCM (thương hiệu Mẹ) không nhất thiết phải hiển thị logo, biểu tượng, tên gọi và các hình thức quảng bá hình

ảnh của thương hiệu đơn vị (thương hiệu Con) nhưng các hình thức quảng bá hình ảnh của thương hiệu đơn vị nhất thiết phải hiển thị logo hoặc biểu tượng hoặc tên gọi của ĐHQG-HCM.

Chương III

LOGO ĐHQG-HCM VÀ LOGO ĐƠN VỊ

Điều 6. Logo ĐHQG-HCM

1. Logo ĐHQG-HCM là hình chữ V được cách điệu thành quỳên sách mở, với năm mảng nghiêng và năm mảng ngang hợp lại. Hai cánh logo sử dụng màu xanh Dodger Blue và Midnight Blue lần lượt quy định theo mã màu hệ CMYK là C75 M30 Y0 K0 và C100 M95 Y30 K15, hệ RGB là R43 G147 B209 và R0 G11 B152. Cụm logo ĐHQG-HCM có logo và chữ đi kèm. Dòng chữ này được bố trí ở bên phải hoặc bên dưới logo tùy vào bối cảnh sử dụng. Logo tiếng Việt đi kèm dòng chữ “ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HỒ CHÍ MINH”, logo tiếng Anh đi kèm dòng chữ “VIET NAM NATIONAL UNIVERSITY HO CHI MINH CITY”.

2. Phụ lục 1 ban hành kèm theo Quy định này hướng dẫn chi tiết về hình dạng, font chữ đặc trưng, cấu trúc kỹ thuật và màu sắc logo, hướng dẫn sử dụng logo trong các trường hợp cụ thể.

a) Trong một số trường hợp, kích cỡ, vị trí của logo có thể thay đổi cho phù hợp với điều kiện thực tế nhưng không làm ảnh hưởng tới tính thẩm mỹ và khả năng nhận biết logo.

b) Màu sắc đặc trưng của logo phải được ưu tiên áp dụng và duy trì tính thống nhất của thương hiệu. Khi in ấn, sản xuất các sản phẩm mang logo trên các vật liệu khác nhau như: vải, gỗ, đá, kim loại... cần đối chiếu với mẫu gợi ý trên website ĐHQG-HCM hoặc tham khảo thêm ý kiến của bộ phận quản lý thương hiệu ĐHQG-HCM trước khi sử dụng.

3. Logo ĐHQG-HCM là một bộ phận không thể tách rời của thương hiệu ĐHQG-HCM, logo được bảo hộ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 150805 do Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp theo Quyết định số 14955/QĐ-SHTT ngày 09 tháng 8 năm 2010.

Điều 7. Logo đơn vị

1. Logo đơn vị là tài sản thương hiệu thuộc sở hữu của đơn vị đó. ĐHQG-HCM có quyền đương nhiên sử dụng logo đơn vị vào tất cả hoạt động thuộc phạm vi chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của ĐHQG-HCM.

2. Quy định này chỉ xác lập nguyên tắc thiết kế logo của đơn vị chưa có logo hoặc sửa đổi logo. Trên cơ sở đó, đơn vị chủ động thiết kế mẫu logo và trình Giám đốc ĐHQG-HCM phê duyệt.

3. Logo của đơn vị được thiết kế trên những nguyên tắc sau đây:

a) Quán triệt nguyên tắc “cấu trúc thương hiệu Mẹ-Con” của thương hiệu ĐHQG-HCM.

b) Màu sắc, hình dáng và kết cấu logo do đơn vị tự quyết định.

Điều 8. Sử dụng logo ĐHQG-HCM và logo đơn vị

1. Logo ĐHQG-HCM và logo đơn vị được sử dụng trong các hoạt động quảng bá xây dựng, phát triển hình ảnh của ĐHQG-HCM. Nghiêm cấm mọi hành vi sử dụng, lạm dụng trái phép logo ĐHQG-HCM gây ảnh hưởng hình ảnh, uy tín và sự phát triển của ĐHQG-HCM.

2. Các tổ chức, cá nhân ngoài ĐHQG-HCM khi sử dụng logo ĐHQG-HCM phải xin phép và chỉ được sử dụng khi có sự đồng ý bằng văn bản của ĐHQG-HCM; khi có nhu cầu sử dụng logo của đơn vị phải được sự đồng ý bằng văn bản của đơn vị đó.

Điều 9. Nguyên tắc cơ bản sử dụng logo ĐHQG-HCM và logo đơn vị

1. Logo phải được đặt ở vị trí trang trọng, có độ hiển thị cao của:

a) Các tài liệu công vụ, chính thức của ĐHQG-HCM hoặc của đơn vị;

b) Trên biển hiệu chính thức và biển hiệu ở khu vực lễ tân của ĐHQG-HCM và các đơn vị;

c) Danh thiếp, thẻ nhân viên;

d) Văn phòng phẩm dùng trong công vụ như giấy tiêu đề, phong bì, kẹp tài liệu...;

đ) Trang web, tài liệu quảng bá, giới thiệu điện tử, trực tuyến;

- e) Ấn phẩm (Sách, giáo trình, tài liệu, kỷ yếu, sổ tay, thư cảm ơn, thư chúc mừng...);
- g) Thông tin cá nhân, ấn phẩm quảng cáo, giới thiệu, slider trong các bài thuyết trình;
- h) Mẫu quảng cáo trên các phương tiện truyền thông;
- i) Vật phẩm, quà tặng, hội nghị, hội thảo chính thức;
- k) Phim giới thiệu về ĐHQG-HCM, phim giới thiệu về đơn vị;
- l) Băng rôn, cờ phướn, phong nền, biểu ngữ, khẩu hiệu của các sự kiện do ĐHQG-HCM hoặc đơn vị là chủ sở hữu của logo đứng ra tổ chức một mình hoặc là nhà tổ chức chính.

2. Trong các trường hợp cụ thể sau đây, ĐHQG-HCM hoặc đơn vị là chủ sở hữu logo cần thương lượng với các đối tác về phương án sử dụng logo:

a) Sử dụng logo trên băng rôn, cờ phướn, phong nền, biểu ngữ, khẩu hiệu của những sự kiện do ĐHQG-HCM hoặc đơn vị phối hợp các tổ chức, cơ quan khác đồng tổ chức hoặc có tham gia tổ chức hoặc là nhà tài trợ.

b) ĐHQG-HCM hoặc đơn vị chủ sở hữu của logo cho đối tác (tổ chức, cá nhân) thuê hoặc ủy thác sử dụng.

c) Các trường hợp khác do Giám đốc ĐHQG-HCM hoặc thủ trưởng đơn vị sở hữu logo quy định.

3. Nghiêm cấm việc làm dụng, sử dụng trái phép, sai nguyên tắc thiết kế logo ĐHQG-HCM và logo đơn vị.

Chương IV

TÊN GỌI ĐHQG-HCM VÀ TÊN GỌI ĐƠN VỊ

Điều 10. Tên gọi ĐHQG-HCM

1. Tên gọi (tên giao dịch) bằng tiếng Việt: Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, viết tắt: ĐHQG-HCM.

2. Tên gọi (tên giao dịch) bằng tiếng Anh của ĐHQG-HCM là: Viet Nam National University Ho Chi Minh City, viết tắt: VNUHCM.

3. Tên giao dịch của Văn phòng, các Ban chức năng, các bộ phận và các chức danh lãnh đạo, quản lý của ĐHQG-HCM bằng tiếng Việt và tiếng Anh thực hiện theo quy định hiện hành của ĐHQG-HCM.

4. Mọi hành vi sử dụng không đúng tên gọi bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tên viết tắt của ĐHQG-HCM và tên các chức danh lãnh đạo, quản lý của ĐHQG-HCM đều không có giá trị và không được ĐHQG-HCM công nhận.

5. Giám đốc ĐHQG-HCM là người duy nhất có thẩm quyền xem xét, phê duyệt tên mới, tên sửa đổi, tên viết tắt của ĐHQG-HCM và tên các chức danh lãnh đạo, quản lý của ĐHQG-HCM bằng tiếng Việt và tiếng Anh.

Điều 11. Tên gọi của đơn vị

1. Tên gọi (tên giao dịch), tên gọi viết tắt của đơn vị, tên các chức danh lãnh đạo và các cơ quan, bộ phận của đơn vị bằng tiếng Việt, tiếng Anh thực hiện theo quy định hiện hành của ĐHQG-HCM.

2. Mọi hành vi sử dụng không đúng tên gọi bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tên gọi viết tắt của đơn vị, tên các chức danh lãnh đạo, quản lý và các cơ quan, bộ phận của đơn vị đều không có giá trị và không được ĐHQG-HCM công nhận.

3. Tên gọi, tên gọi viết tắt bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tên các chức danh lãnh đạo, quản lý và tên các cơ quan, bộ phận của đơn vị được thực hiện theo quy định hiện hành của ĐHQG-HCM.

Điều 12. Nguyên tắc sử dụng tên gọi, tên viết tắt ĐHQG-HCM và đơn vị

1. Việc sử dụng tên gọi, tên viết tắt ĐHQG-HCM và đơn vị trong mọi hoạt động công vụ và các hoạt động quảng bá hình ảnh phải tuân thủ các nguyên tắc sau đây:

- a) Theo đúng các quy định hiện hành của Nhà nước và của ĐHQG-HCM.
- b) Đảm bảo sử dụng đúng mục đích, phù hợp với yêu cầu của từng trường hợp cụ thể.
- c) Đảm bảo tính chính xác, nhất quán, rõ ràng, trang trọng.

2. Tên gọi, tên viết tắt bằng tiếng Việt, tiếng Anh của ĐHQG-HCM và đơn vị là tài sản thương hiệu thuộc sở hữu ĐHQG-HCM và đơn vị, theo quy định của Nhà nước và của

ĐHQG-HCM. Giữ gìn, bảo vệ tên gọi, tên viết tắt của ĐHQG-HCM và của đơn vị là trách nhiệm của ĐHQG-HCM và của đơn vị.

3. Nghiêm cấm mọi hành vi sử dụng trái phép, tùy tiện, không đúng mục đích, mạo danh, xuyên tạc tên gọi, tên viết tắt của ĐHQG-HCM và đơn vị.

Điều 13. Sử dụng tên gọi ĐHQG-HCM và đơn vị

1. Đối với các văn bản, tài liệu sử dụng trong hoạt động công vụ (văn bản pháp quy, quy chế, quy định, hướng dẫn, công văn, báo cáo, văn bằng, chứng chỉ, hiệp định, hợp đồng....) sử dụng theo các quy định hiện hành của Nhà nước.

2. Đối với các ấn phẩm, tài liệu của ĐHQG-HCM (do ĐHQG-HCM xuất bản, in, phát hành) việc sử dụng tên gọi như sau:

a) Phải đảm bảo độ hiển thị cao nhất, ở vị trí trang trọng, dễ nhận biết nhất. Logo kèm theo tên gọi đầy đủ bằng tiếng Việt (nếu ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng Việt), logo kèm theo tên gọi đầy đủ bằng tiếng Anh (nếu ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng nước ngoài) của ĐHQG-HCM.

b) Tùy theo yêu cầu cụ thể của ấn phẩm, tài liệu có thể xem xét sử dụng kèm theo hoặc không kèm theo tên gọi bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh. Tác giả của ấn phẩm, tài liệu và cơ quan xuất bản, in ấn, phát hành ấn phẩm, tài liệu phải chịu trách nhiệm về việc sử dụng tên gọi của ĐHQG-HCM.

3. Đối với các ấn phẩm, tài liệu của đơn vị (do đơn vị xuất bản, in, phát hành), việc sử dụng tên gọi như sau:

a) Phải đảm bảo độ hiển thị cao nhất, ở vị trí trang trọng, dễ nhận biết nhất logo. Tùy vào trường hợp cụ thể cần kèm theo hoặc không kèm theo tên gọi đầy đủ của ĐHQG-HCM.

b) Tùy theo yêu cầu cụ thể của ấn phẩm, tài liệu để xem xét sử dụng kèm theo tên gọi viết tắt bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh của ĐHQG-HCM và đơn vị đó. Tác giả của ấn phẩm, tài liệu và cơ quan xuất bản, in ấn phát hành ấn phẩm, tài liệu phải chịu trách nhiệm về tên viết tắt của ĐHQG-HCM và đơn vị theo quy định.

4. Đối với các ấn phẩm khoa học - công nghệ (sách chuyên khảo, tham khảo, bài đăng trên tạp chí khoa học, tập kỷ yếu hội thảo, hội nghị, báo cáo, tham luận khoa học, hồ sơ

đăng ký, chứng nhận bản quyền, chứng nhận kết quả nghiên cứu,...) không do ĐHQG-HCM hay đơn vị xuất bản, in ấn, phát hành nhưng có tác giả, đồng tác giả là ĐHQG-HCM, đơn vị, nhóm hoặc cá nhân thuộc ĐHQG-HCM thì ghi theo Quy định hiện hành.

5. Đối với các tài liệu, ấn phẩm phục vụ các hoạt động hợp tác quốc tế:

a) Các tài liệu, ấn phẩm của ĐHQG-HCM: phải đảm bảo độ hiển thị cao nhất, ở vị trí trang trọng, dễ nhận biết nhất logo và tên gọi đầy đủ bằng tiếng Anh của ĐHQG-HCM; không được sử dụng tên gọi của ĐHQG-HCM bằng tiếng Việt trong các hoạt động hợp tác quốc tế.

b) Các tài liệu, ấn phẩm do đối tác của ĐHQG-HCM xuất bản, in ấn, phát hành phục vụ các hoạt động hợp tác của ĐHQG-HCM, ĐHQG-HCM thỏa thuận, phối hợp với đối tác để đảm bảo sử dụng logo, tên gọi bằng tiếng Anh của ĐHQG-HCM chính xác, đúng mục đích, phù hợp yêu cầu, tính chất của hoạt động, có độ hiển thị cao, góp phần quảng bá uy tín và hình ảnh của ĐHQG-HCM.

c) Các ấn phẩm, tài liệu do đơn vị xuất bản, in, phát hành: phải đảm bảo độ hiển thị cao nhất, ở vị trí trang trọng, dễ nhận biết nhất logo của đơn vị, logo hoặc tên gọi đầy đủ bằng tiếng Anh của ĐHQG-HCM. Không sử dụng tên gọi và tên viết tắt của ĐHQG-HCM và đơn vị bằng tiếng Việt trong các hoạt động hợp tác quốc tế.

d) Các tài liệu, ấn phẩm do đối tác đơn vị của ĐHQG-HCM xuất bản, in ấn, phát hành phục vụ các hoạt động hợp tác với ĐHQG-HCM, đơn vị thỏa thuận và phối hợp với các đối tác để đảm bảo sử dụng logo của đơn vị, logo hoặc tên gọi bằng tiếng Anh của ĐHQG-HCM và đơn vị chính xác, đúng mục đích, phù hợp với yêu cầu, tính chất của hoạt động, có độ hiển thị cao, góp phần quảng bá uy tín và hình ảnh của ĐHQG-HCM và đơn vị.

6. Đối với các ấn phẩm, tài liệu phục vụ các hoạt động hợp tác trong nước: thực hiện quy định như đối với ấn phẩm, tài liệu phục vụ hoạt động hợp tác của ĐHQG-HCM và đơn vị nhưng sử dụng tên gọi, tên viết tắt của ĐHQG-HCM và đơn vị bằng tiếng Việt.

7. Đối với các tài liệu, ấn phẩm (như danh thiếp, hồ sơ cá nhân, chữ ký email, tài liệu lưu hành nội bộ,...) của các cá nhân và tổ chức thuộc ĐHQG-HCM không có mục đích phục vụ các hoạt động công vụ, giao dịch chính thức của ĐHQG-HCM và đơn vị thì các

cá nhân và tổ chức này được sử dụng tên gọi, logo ĐHQG-HCM và đơn vị, nhưng phải đảm bảo tuân thủ Điều 6, Điều 7, Điều 10 và Điều 11 của Quy định này.

8. Trong trường hợp sử dụng tên ĐHQG-HCM, tên đơn vị bằng các ngôn ngữ khác tiếng Việt và tiếng Anh thì phải có sự phê duyệt của Giám đốc ĐHQG-HCM.

Chương V

BIỂU TƯỢNG ĐHQG-HCM VÀ BIỂU TƯỢNG ĐƠN VỊ

Điều 14. Biểu tượng ĐHQG-HCM

1. Biểu tượng ĐHQG-HCM là vật thể biểu trưng cho lịch sử, truyền thống, các giá trị cốt lõi, hình ảnh và danh tiếng của ĐHQG-HCM. Biểu tượng của ĐHQG-HCM là tòa nhà điều hành ĐHQG-HCM, đặt tại phường Linh Trung, quận Thủ Đức, TP.HCM.

2. Việc xem xét, xác định và phê duyệt Danh mục các biểu tượng của ĐHQG-HCM thuộc thẩm quyền của Giám đốc ĐHQG-HCM trên cơ sở ý kiến tư vấn của Hội đồng thẩm định Danh mục các biểu tượng ĐHQG-HCM. Hội đồng thẩm định làm việc theo quy trình tại Điều 15 của quy định này.

3. Biểu tượng ĐHQG-HCM là bộ phận không tách rời của thương hiệu ĐHQG-HCM, thuộc sở hữu ĐHQG-HCM, được quản lý, bảo vệ và sử dụng theo quy định về quản trị thương hiệu của ĐHQG-HCM. Chỉ có ĐHQG-HCM và đơn vị mới có quyền đương nhiên sử dụng hình ảnh của các biểu tượng của ĐHQG-HCM trong các hoạt động phục vụ quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM và của đơn vị. Tổ chức, cá nhân khi sử dụng hình ảnh của các biểu tượng ĐHQG-HCM phải xin phép và chỉ sử dụng khi có sự đồng ý bằng văn bản của ĐHQG-HCM. Nghiêm cấm mọi hình thức xâm phạm, lạm dụng, sử dụng trái phép và không đúng mục đích các biểu tượng của ĐHQG-HCM.

Điều 15. Quản trị biểu tượng ĐHQG-HCM

1. Hội đồng thẩm định Danh mục biểu tượng của ĐHQG-HCM

Hội đồng thẩm định Danh mục biểu tượng do Giám đốc ĐHQG-HCM quyết định thành lập với cơ cấu thành phần gồm: đại diện Văn phòng, đại diện Ban Quản lý Dự án xây dựng, đại diện Trung tâm Quản lý và Phát triển khu đô thị và đại diện đơn vị chuyên môn; số lượng không quá 07 thành viên.

2. Quy trình xác định Danh mục biểu tượng mới của ĐHQG-HCM

Bước 1: Văn phòng đề xuất Danh mục biểu tượng ĐHQG-HCM; nghiên cứu lập hồ sơ trình Giám đốc ĐHQG-HCM ra quyết định thành lập Hội đồng thẩm định biểu tượng ĐHQG-HCM.

Bước 2: Hội đồng thẩm định biểu tượng ĐHQG-HCM họp thẩm định, đánh giá hồ sơ của từng biểu tượng, ra kết luận và kiến nghị Giám đốc ĐHQG-HCM công nhận hoặc không công nhận là biểu tượng của ĐHQG-HCM đối với từng trường hợp.

Bước 3: Giám đốc ĐHQG-HCM ra quyết định công nhận là biểu tượng ĐHQG-HCM đối với từng trường hợp, phê duyệt Danh mục biểu tượng ĐHQG-HCM.

3. Nguyên tắc quản lý và sử dụng biểu tượng ĐHQG-HCM: đơn vị được giao quản lý, sử dụng các biểu tượng ĐHQG-HCM có trách nhiệm xây dựng quy định, kế hoạch và áp dụng các biện pháp phù hợp để bảo quản, sử dụng, giữ gìn, tôn tạo và phát huy giá trị của các biểu tượng đó, không được để các biểu tượng đó bị sử dụng sai mục đích, bị xâm hại, xuống cấp, hư hại, không được tùy tiện thay đổi cấu trúc, vị trí, màu sắc, kích cỡ và cảnh quan của biểu tượng. Mọi thay đổi, tu bổ, sửa chữa, di dời đối với bản thân các biểu tượng và môi trường xung quanh, cảnh quan của biểu tượng phải được Giám đốc ĐHQG-HCM cho phép và phê duyệt.

4. Hình ảnh của các biểu tượng ĐHQG-HCM chỉ được sử dụng trong các hoạt động nhằm phát triển thương hiệu, quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM và các đơn vị. Các cá nhân, đơn vị thuộc ĐHQG-HCM và ngoài ĐHQG-HCM có nhu cầu sử dụng hình ảnh của các biểu tượng ĐHQG-HCM vì mục đích khác cần xin phép và được sự đồng ý bằng văn bản của ĐHQG-HCM.

Điều 16. Biểu tượng và quy trình xác định biểu tượng của đơn vị

1. Biểu tượng của đơn vị là vật thể biểu trưng cho lịch sử, truyền thống, các giá trị cốt lõi, hình ảnh và danh tiếng của đơn vị và của ĐHQG-HCM.

2. Các đơn vị có trách nhiệm xây dựng quy trình xác định danh mục biểu tượng thương hiệu của đơn vị mình theo các bước đơn vị quy định và gửi báo cáo Giám đốc ĐHQG-HCM để biết.

3. Thẩm quyền xác định biểu tượng của đơn vị (trương tự cấu trúc của ĐHQG-HCM):
Đơn vị tự xem xét xác định danh mục biểu tượng của đơn vị mình.

Chương VI

KHẨU HIỆU ĐHQG-HCM VÀ VẬT PHẨM MANG THƯƠNG HIỆU

Điều 17. Khẩu hiệu ĐHQG-HCM

1. Khẩu hiệu là tài sản trí tuệ không thể tách rời khỏi thương hiệu ĐHQG-HCM, thể hiện tập trung nhất mục tiêu chiến lược phát triển của ĐHQG-HCM.

2. Khẩu hiệu của ĐHQG-HCM quy định tại Chiến lược phát triển ĐHQG-HCM do Giám đốc ĐHQG-HCM ban hành.

3. Khẩu hiệu tiếng Việt hiện nay của ĐHQG-HCM là:

Nơi hội tụ của khoa học, công nghệ, văn hóa và tri thức Việt Nam.

Khẩu hiệu tiếng Anh của ĐHQG-HCM hiện nay là:

The Hub of Vietnam's Science, Technology, Culture and Knowledge

4. Các đơn vị tự xác định khẩu hiệu riêng cho đơn vị mình.

5. Tùy từng giai đoạn, Giám đốc ĐHQG-HCM quyết định chọn khẩu hiệu thông qua tham vấn hay các cuộc thi phù hợp với sự phát triển tương ứng của ĐHQG-HCM.

Điều 18. Sử dụng khẩu hiệu của ĐHQG-HCM

1. Khẩu hiệu của ĐHQG-HCM được sử dụng vào mục đích xây dựng và phát triển văn hóa cộng đồng ĐHQG-HCM, phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

2. Nghiêm cấm mọi hành vi xuyên tạc, sử dụng sai mục đích, lạm dụng hoặc bôi nhọ khẩu hiệu của ĐHQG-HCM.

3. Khẩu hiệu của ĐHQG-HCM được sử dụng bằng tiếng Việt, tiếng Anh hoặc song ngữ dưới các hình thức sau đây:

a) Sử dụng độc lập;

b) Sử dụng kèm theo logo, hoặc kèm theo logo và tên gọi, tên viết tắt của ĐHQG-HCM;

c) Sử dụng kèm theo hình ảnh của biểu tượng ĐHQG-HCM.

4. Khẩu hiệu của ĐHQG-HCM cần đảm bảo thể hiện đầy đủ không thêm bớt bất kỳ ký tự, ký hiệu nào.

5. ĐHQG-HCM không quy định cụ thể về màu sắc, kích cỡ, khẩu hiệu. Sử dụng khẩu hiệu, cần đảm bảo độ hiển thị cao, ở vị trí trang trọng, hình thức đẹp, góp phần phát triển văn hóa cộng đồng, phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

Điều 19. Vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM

1. Vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM là các vật phẩm được thiết kế, sản xuất và sử dụng nhằm phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

2. Vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM là các vật phẩm có chứa logo, tên gọi đầy đủ, tên gọi viết tắt bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh, khẩu hiệu, hình ảnh biểu tượng của ĐHQG-HCM. Khi thiết kế, in, khắc, vẽ, sơn... các vật phẩm này phải đảm bảo nguyên tắc: chính xác, có độ hiển thị cao, trang trọng, đảm bảo tính mỹ thuật.

3. Đơn vị, cá nhân được giao thiết kế, sản xuất, quản lý và sử dụng vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM phải xây dựng thiết kế mẫu, thuyết minh ý tưởng, kế hoạch sản xuất và sử dụng, trình Giám đốc ĐHQG-HCM phê duyệt và thực hiện đúng theo kế hoạch đó.

4. Vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM được sử dụng chủ yếu trong một số hoạt động sau đây:

a) Làm quà tặng, vật kỷ niệm;

b) Phục vụ các hoạt động quảng cáo, tuyên truyền nhằm quảng bá thương hiệu, hình ảnh của ĐHQG-HCM;

c) Phục vụ các mục đích thương mại nhằm khai thác và phát huy giá trị tài sản thương hiệu ĐHQG-HCM.

5. Đơn vị chịu trách nhiệm xây dựng thiết kế, sản xuất và sử dụng các vật phẩm mang thương hiệu của đơn vị nhằm phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của đơn vị và của ĐHQG-HCM.

6. Nghiêm cấm mọi hành vi làm giả, xuyên tạc, lợi dụng sử dụng các vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM vào các mục đích không có lợi cho việc phát triển thương hiệu, quảng bá danh tiếng và hình ảnh của ĐHQG-HCM hay những hành vi trái với quy định của ĐHQG-HCM và của pháp luật.

Điều 20. Hệ thống Website thuộc ĐHQG-HCM

1. Website là phương tiện thông tin, truyền thông và quảng bá thương hiệu quan trọng của ĐHQG-HCM và của các đơn vị. Website của ĐHQG-HCM và của các đơn vị phải đáp ứng các yêu cầu sau đây về quản trị thương hiệu:

a) Đảm bảo tính liên thông, liên kết giữa website ĐHQG-HCM và website của các đơn vị.

b) Trên website của ĐHQG-HCM phải hiển thị đầy đủ logo, tên gọi.

c) Trên website của đơn vị cần ưu tiên hiển thị logo, tên gọi của ĐHQG-HCM cùng với logo, tên gọi của đơn vị. Phải có đường link rõ ràng trên trang chủ của đơn vị về trang website của ĐHQG-HCM tại địa chỉ: <https://vnuhcm.edu.vn/> Không để logo gắn liên kết đến website của ĐHQG-HCM trong mục: Các đối tác, liên kết khác....

d) ĐHQG-HCM khuyến khích đặt đường link liên kết của website ĐHQG-HCM với đơn vị trên website của các đối tác có uy tín trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo và khoa học.

2. Việc quảng bá thương hiệu và hình ảnh của ĐHQG-HCM trên website của ĐHQG-HCM và website các đơn vị phải đảm bảo nguyên tắc chính xác, trung thực, nhất quán, hiệu quả. Nghiêm cấm mọi hành vi quảng bá tùy tiện, xuyên tạc, lạm dụng và làm tổn hại đến danh dự, uy tín, hình ảnh của ĐHQG-HCM, các tổ chức, cá nhân thuộc ĐHQG-HCM.

Chương VII

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 21. Khen thưởng và xử lý vi phạm

1. Đơn vị hoặc cá nhân vi phạm Quy định này, tùy theo tính chất, mức độ vi phạm có thể bị xử lý hành chính, xử lý kỷ luật hoặc các hình thức xử lý khác theo quy định hiện hành.

2. Việc giải quyết khiếu nại, tố cáo và tranh chấp liên quan đến thương hiệu ĐHQG-HCM được thực hiện theo quy định liên quan của pháp luật.

Điều 22. Tổ chức thực hiện

1. Trách nhiệm của Văn phòng ĐHQG-HCM

Văn phòng ĐHQG-HCM là đầu mối quản trị thương hiệu và quảng bá hình ảnh của toàn ĐHQG-HCM, có nhiệm vụ sau:

a) Là đơn vị thường trực báo cáo Giám đốc xem xét, giải quyết các đề xuất của cá nhân, đơn vị trong và ngoài ĐHQG-HCM về các vấn đề liên quan hoạt động phát triển, quản trị thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM.

b) Quản lý việc sử dụng các biểu tượng thương hiệu, logo, tên gọi, tên viết tắt và khẩu hiệu của ĐHQG-HCM theo Quy định này.

c) Phối hợp với các Ban chức năng và đơn vị tổ chức các sự kiện góp phần phát triển thương hiệu và quảng bá danh tiếng, hình ảnh của ĐHQG-HCM.

d) Tổ chức thiết kế, sản xuất, sử dụng và kinh doanh vật phẩm mang thương hiệu ĐHQG-HCM.

2. Trách nhiệm của Ban Thanh tra và Pháp chế: Phối hợp Văn phòng ĐHQG-HCM, các Ban chức năng và đơn vị trong những trường hợp cần thiết và phát sinh để đưa ra những tư vấn mang tính chuyên môn theo chức năng nhiệm vụ của mình.

3. Trách nhiệm của Trung tâm Sở hữu trí tuệ và Chuyển giao công nghệ:

a) Đăng ký bảo hộ, gia hạn hiệu lực văn bản bảo hộ đối với logo ĐHQG-HCM và các tài sản trí tuệ khác thuộc thương hiệu ĐHQG-HCM.

b) Đăng ký bảo hộ, gia hạn hiệu lực văn bằng bảo hộ đối với logo đơn vị và các tài sản trí tuệ khác thuộc thương hiệu Đơn vị.

c) Phối hợp xử lý các vi phạm, xâm phạm thương hiệu ĐHQG-HCM theo luật hiện hành.

4. Trách nhiệm của đơn vị:

a) Phối hợp với Văn phòng, các Ban chức năng tổ chức triển khai thực hiện tốt Quy định này nhằm góp phần phát triển thương hiệu và quảng bá hình ảnh của ĐHQG-HCM và của đơn vị.

b) Chủ động xây dựng và tổ chức triển khai chiến lược phát triển thương hiệu, quản trị thương hiệu và quảng bá hình ảnh của đơn vị mình.

Điều 23. Điều khoản thi hành

1. Quy định này có hiệu lực thi hành từ ngày ký ban hành.

2. Trong quá trình thực hiện Quy định này, nếu có vướng mắc, cơ quan, đơn vị, cá nhân phản ánh về Phòng Thông tin và Truyền thông, Văn phòng ĐHQG-HCM để tổng hợp, báo cáo Giám đốc ĐHQG-HCM xem xét, quyết định. / *ndt*

GIÁM ĐỐC



Huỳnh Thành Đạt