



## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 001/2018 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM  
28/ 02/2018.

CAMPANHA: "Chegue mais perto para ver: a casa da cidadania está aberta para você"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	0-15 PONTOS	13	13	13	13,00
1.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da proposta objetiva da agência, considerando o problema de comunicação principal apresentado pela CMC e sua relação com os outros poderes (Executivo e Judiciário) e com a população	15	13	13	13	13,00
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	0-25 PONTOS	14	14	14	14,00
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	3	2,5	3	2,83
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	3	3	3	3,00
2.3	<input type="checkbox"/> Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema de comunicação específico da CMC	5	2	2,5	2	2,17

2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4	4	3,5	3,83
2.5	<input type="checkbox"/> Capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, o ambiente no qual ela se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos diversos, os resultados e metas e a verba disponível	5	2	2	2,5	2,17
<b>3</b>	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16,5</b>	<b>16,17</b>
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	2,5	2,5	2,5	2,50
3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da combinação dos elementos que constituem a campanha	5	3,5	3	3,5	3,33
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	4	4	4	4,00
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	3	3	3,5	3,17
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3	3,5	3	3,17
<b>4</b>	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>11,5</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>11,50</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	3	3	3	3,00

4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2,5	2	2,5	2,33
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2	2	2,5	2,17
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2	2	2	2,00
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2	2	2	2,00
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>54,67</b>

*Alessandra Taveira Paiva*  
Alessandra Taveira Paiva

*Sérgio Emílio Neres Mendes*  
Sérgio Emílio Neres Mendes

*Helem Lara*  
Helem Lara

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten mark]*