



## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 001/2018 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM 05/03/2018.

CAMPANHA: "Venha conhecer de perto quem representa você"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	0-15 PONTOS	14	13,5	13,5	13,67
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	14	13,5	13,5	13,67
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	0-25 PONTOS	16	16,5	17	16,50
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	3,5	4	3,5	3,67
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	3	3	3,5	3,17
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	3	3	3	3,00

2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4	4	4	4,00
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	2,5	2,5	3	2,67
<b>3</b>	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>15,5</b>	<b>16,5</b>	<b>15</b>	<b>15,67</b>
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	3	2,5	3	2,83
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	3,5	3	3,17
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	4	4	3,5	3,83
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	3,5	4	3,5	3,67
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	2	2,5	2	2,17
<b>4</b>	<b>ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>9,00</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	1,5	2	1,83
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	1,5	1,5	2	1,67
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	1	1	1,5	1,17
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	1,5	1	1,5	1,33
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>54,84</b>

*Alessandra Taveira Paiva*  
**Alessandra Taveira Paiva**

*Sérgio Emílio Neres Mendes*  
**Sérgio Emílio Neres Mendes**

*Helem Lara*  
**Helem Lara**

*1*