

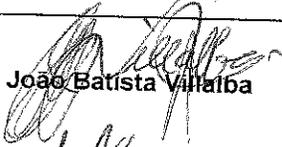


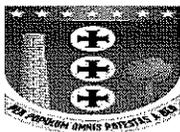
## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM 24/  
06/2019.

CAMPANHA: "Participe da Escola do Legislativo e Ganhe 10 em Cidadania"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCÍNIO BÁSICO</b>	0-15 PONTOS	11	12	11,3	34,3
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	11	12	11,3	34,3
2	<b>ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>	0-25 PONTOS	12,5	15	14,1	41,6
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	2	3	2,3	7,3
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	3	3	2,8	8,8
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	2,5	3	3,2	8,7
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	2,5	3	3	8,5
2.5	<input type="checkbox"/> Capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, o ambiente no qual	5	2,5	3	2,8	8,3
3	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	0-25 PONTOS	13	15,5	14,8	43,3

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	3,5	2,5	8,5
3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da combinação dos elementos que constituem a campanha	5	2,5	3	3	8,5
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	2,5	3	3	8,5
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	3	3	3,5	9,5
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	2,5	3	2,8	8,3
4	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10,8</b>	<b>29,8</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2	2	2,5	6,5
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2	2	2	6
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	5
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2	2,5	2	6,5
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	1,5	2	2,3	5,8
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>149</b>
 João Batista Villaíba  Érica Cristina Pereira-Lima de Souza  Alessandra Taveira Paiva						



## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM 24 /  
06 /2019.

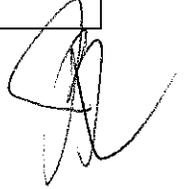
CAMPANHA: "Em Contagem, Câmara começa com 'C' de Compromisso..."

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	0-15 PONTOS	12	12	11,5	35,5
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	12	12	11,5	35,5
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	0-25 PONTOS	17	18	18,95	53,95
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	3,5	3,75	10,25
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4	4	4,2	12,2
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	3,5	3,5	10
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4	4	4,5	12,5

x

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	3	3	3	9
3	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>17,5</b>	<b>16,8</b>	<b>17,8</b>	<b>52,1</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	3	3	9
3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da combinação dos elementos que constituem a campanha	5	4	4,3	4,3	12,6
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	3,5	3	3,5	10
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	4	4	4	12
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3	2,5	3	8,5
4	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>11,5</b>	<b>11,5</b>	<b>12,1</b>	<b>35,1</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,5	3	2,8	8,3
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2,5	2,5	2	7
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2	2	2,5	6,5

4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,5	2	2,3	6,8
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2	2	2,5	6,5
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>176,65</b>
 João Batista Villalba  Érica Cristina Pereira Lima de Souza  Alessandra Taveira Paiva						







## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM \_24 /  
\_06 /2019.

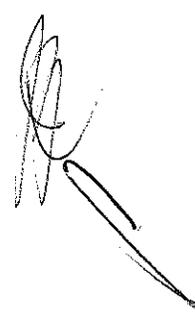
CAMPANHA: "Sabe o que os vereadores de Contagem andam fazendo?"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	0-15 PONTOS	13	14	12	39
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	14	12	39
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	0-25 PONTOS	16	17	15,5	48,5
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	2,5	3	2,5	8
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4	4	3	11
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	3,5	4	3,5	11
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	3	3	3,5	9,5

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	3	3	3	9
3	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>16,5</b>	<b>50,5</b>
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	3,5	3,5	3	10
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	3,5	10
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	3	3	3	9
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	4	4	3,5	11,5
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3,5	3	3,5	10
4	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>12</b>	<b>12,5</b>	<b>11,8</b>	<b>36,3</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,5	3	2,8	8,3
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2,5	2,5	2	7
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2	2,5	2,5	7

4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,5	2	2	6,5
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2,5	2,5	2,5	7,5
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>174,3</b>

  
 João Batista Villalba  
  
 Érica Cristina Pereira Lima de Souza  
  
 Alessandra Taveira Paiva







## CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM \_24/\_  
\_06\_/2019.

CAMPANHA: "O papel do vereador"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	PONTUAÇÃO FINAL
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	0-15 PONTOS	14,5	14	14	42,5
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	14,5	14	14	42,5
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	0-25 PONTOS	23,5	21,3	22,1	66,9
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	4,5	4,3	4	12,8
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	5	4,5	4,5	14
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	4,5	4	4,3	12,8
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	5	4,5	4,8	14,3

f

h

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	4,5	4	4,5	13
3	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>23</b>	<b>21,2</b>	<b>21,7</b>	<b>65,9</b>
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC	5	4,5	4	4,2	12,7
3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da	5	4,5	4,2	4,5	13,2
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	4,5	4,2	4	12,7
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	5	4,5	4,5	14
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	4,5	4,3	4,5	13,3
4	<b>ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>14,8</b>	<b>13,5</b>	<b>15</b>	<b>43,3</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	3	2,5	3	8,5
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	3	2,5	3	8,5
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	3	2,5	3	8,5
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,8	3	3	8,8
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	3	3	3	9
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>						<b>218,6</b>

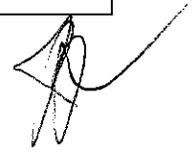
4

  
João Batista Villaíba

  
Érica Cristina Pereira Lima de Souza



Alessandra Taveira Paiva



2

