



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM
_14 / _06 /2019.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1 (ÉRICA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	11
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
2	ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	0-25 PONTOS	12,5
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
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	3
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
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	2,5
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	2,5
3	IDEIA CRIATIVA	0-25 PONTOS	13
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

3.2	<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	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	2,5
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	3
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	2,5
4	ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	0-15 PONTOS	9
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	1,5
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	1,5
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Erica Cristina Pereira Lima de Souza



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM
_13 / _06 /2019.

CAMPANHA: "O papel do vereador"

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1 (ÉRICA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	14,5
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
2	ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	0-25 PONTOS	23,5
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	4,5
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	5
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
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	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	4,5
3	IDEIA CRIATIVA	0-25 PONTOS	23
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	4,5

f

f

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


 Erica Cristina Pereira Lima de Souza

+





CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM
13 / 06 /2019.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1 (ÉRICA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	12
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
2	ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	0-25 PONTOS	17
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
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4
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
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4
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	IDEIA CRIATIVA	0-25 PONTOS	17,5
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	3

+

Handwritten signature and scribbles on the right margin.

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
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	3,5
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	4
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3
4	ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	0-15 PONTOS	11,5
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,5
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2,5
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,5
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Erica Cristina Pereira Lima de Souza



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM/MG

Concorrência Nº 01/2019 - PROPOSTAS TÉCNICAS, NOTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA EM
13 / 06 /2019.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 1 (ÉRICA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	13
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
2	ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	0-25 PONTOS	16
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
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4
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
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	3
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	IDEIA CRIATIVA	0-25 PONTOS	17
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

f

k

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
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	3
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	4
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3,5
4	ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	0-15 PONTOS	12
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,5
4.2	<input type="checkbox"/> Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	2,5
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,5
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2,5
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Erica Cristina Pereira Lima de Souza

7

