



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 2 (ALESSANDRA)
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	15
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	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	3
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	15,5
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	3,5

3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da combinação dos elementos que constituem a campanha	5	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	3
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3
4	ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	0-15 PONTOS	10
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	2,5
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Alessandra Taveira Raiva

+

2



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 2 (ALESSANDRA)
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	18
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
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	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	16,8
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	3

3.2	<input type="checkbox"/> Simplicidade da forma sob a qual se apresenta a originalidade da combinação dos elementos que constituem a campanha	5	4,3
3.3	<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	2,5
4	ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	0-15 PONTOS	11,5
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	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
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			

Alessandra Taveira Paiva
Alessandra Taveira Paiva

4

10



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?"

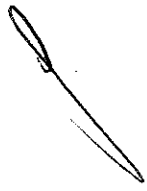
QUESITOS		PONTUAÇÃO	MEMBRO 2 (ALESSANDRA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	14
1.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da proposta objetiva da agência, considerando o problema de comunicação principal apresentado pela CMC e sua relação com os outros poderes (Executivo e Judiciário) e com a população	15	14
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	4
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

+

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	<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
4	ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	0-15 PONTOS	12,5
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	2,5
4.3	<input type="checkbox"/> Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos dois itens anteriores;	3	2,5
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	2,5
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Alessandra Taveira Paiva

7





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 2 (ALESSANDRA)
1	RACIOCINIO BASICO	0-15 PONTOS	14
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
2	ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	0-25 PONTOS	21,3
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	4,3
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4,5
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
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4,5
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
3	IDEIA CRIATIVA	0-25 PONTOS	21,2
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	4

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	4,2
3.3	<input type="checkbox"/> Exequibilidade da campanha proposta	5	4,2
3.4	<input type="checkbox"/> Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou materiais apresentados	5	4,5
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	4,3
4	ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA	0-15 PONTOS	13,5
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	2,5
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	3
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	3
PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO			


 Alessandra Taveira Paiva

+

2