



## 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 3(JOÃO)
1	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>11,3</b>
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	11,3
2	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>14,1</b>
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
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	2,8
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	3,2
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	2,8
3	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>14,8</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

x

P

7

1

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	3,5
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	2,8
4	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>10,8</b>
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
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	2,3
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>			

  
João Batista Vilalba



## 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 3(JOÃO)
<b>1</b>	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>12</b>
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
<b>2</b>	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>15,5</b>
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	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	3,5
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	3,5
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
<b>3</b>	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>16,5</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

x

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	3,5
3.5	<input type="checkbox"/> Originalidade da idéia.	5	3,5
4	<b>ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>11,8</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,8
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	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
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>			

  
João Batista Villalba



## 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 3(JOÃO)
<b>1</b>	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>14</b>
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
<b>2</b>	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>22,1</b>
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
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	4,3
2.4	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5	4,8
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
<b>3</b>	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>21,7</b>
3.1	<input type="checkbox"/> Avaliação da adequação do problema de comunicação da CMC à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela Agência	5	4,2

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
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	4,5
4	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>15</b>
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	3
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	3
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>			

  
 João Batista Villalba



## 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 3(JOÃO)
<b>1</b>	<b>RACIOCINIO BASICO</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>11,5</b>
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	11,5
<b>2</b>	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>18,95</b>
2.1	<input type="checkbox"/> Adequação do tema e conceito propostos à natureza e realidade da CMC e a seu problema de comunicação	5	3,75
2.2	<input type="checkbox"/> Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema, conceito e idéia básica apresentados.	5	4,2
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	3,5
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	3
<b>3</b>	<b>IDEIA CRIATIVA</b>	<b>0-25 PONTOS</b>	<b>17,8</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

3.2	<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	3,5
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	<b>ESTRATEGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA</b>	<b>0-15 PONTOS</b>	<b>12,1</b>
4.1	<input type="checkbox"/> Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos alvo	3	2,8
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	2,5
4.4	<input type="checkbox"/> Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças;	3	2,3
4.5	<input type="checkbox"/> Criatividade na proposição das mídias e não mídias	3	2,5
<b>PONTUAÇÃO TÉCNICA-PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>			

  
João Batista Villaiba