

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lirio - envelope 1

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	3
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL	12
Justificativas: <u>Texto sem muita consistência técnica. Pouco conhecimento sobre a atual realidade do município. Pouco trabalho de pesquisa.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lucão

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto:  _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	11
Justificativas: O autor utiliza uma linguagem pouco criativa no conceito da campanha. A ideia de "liso vai embora", vai embora para onde? Reforça ainda mais as práticas dos cidadãos que se desentrem de qualquer forma ou medida que tem em casa. Não educa. Não conscientiza. Amarelo puro.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Zilda

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Giuliano Fonseca

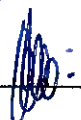
Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	2
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL	8
Justificativas: A ideia das peças é artificial. Sem apelo visual. As cores utilizadas são pouco acuradas para o tema da campanha apresentada. Não tem impacto sobre o público-alvo.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Denton Luxo

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fereira

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	1
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	3

Justificativas:

Estratégia de mídia totalmente equivocada. A estratégia destina mídia da metade da verba para televisão. Um gasto excessivo e desnecessário para uma cidade como Santa Luzia. Gasto alto com mídia que não tem audiência na cidade e nem alcança os melhores meios de mídia conforme o IBOPE. Totalmente equivocada.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia vs. Doutor Lixaô Envelope (1)

Avaliador 01/02/ou 3: Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: In Souza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	3
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing; (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL 30	
Justificativas: O conhecimento ficou deficitário principalmente na parte técnica. o trabalho apresentado poderia ser mais abrangente.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia Vs Santa Lixão

Avaliador 01 (02) ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Ink Souza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	3
TOTAL <u>9</u>	
Justificativas: <u>A avaliação poderia ter sido mais completa.</u> <u>A apresentação visual não atende as necessidades do município.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia vs Doutor Dixão

Avaliador 01 (02 ou 3) : Nome Lucine Mavaline de Souza Rodrigues

Visto: Imssouza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL <u>10</u>	
Justificativas: <u>O material apresentado não tem clareza.</u> <u>A criatividade visual deixou a desejar, muita informação.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia vs Sente Lixão envelope ①

Avaliador 01 ② ou 3 : Nome Lucine Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2
TOTAL	5
Justificativas:	
O conhecimento demonstrado não se aplica as exigências da campanha.	
O valor ficou muito acima do esperado e o resultado final não foi positivo.	

envelope 1

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lixo

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	1,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	1,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL	8
Justificativas: <u>Texto um pouco genérico, parece não se aproximar ou conhecer muito a cidade.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lixo

Avaliador 01, 02 ou (3): Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	2
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	3
TOTAL	10
Justificativas: Faltou comunicar melhor a ideia. Não conseguiu transmitir com clareza o que faz o pro onde vai o lixo. Vai embora pro onde? Pode ser para qualquer lugar.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lixo

Avaliador 01,02 ou (3): Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	1
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	1
TOTAL	7
Justificativas:	
Imagens muito poluídas, muita informação. As pessoas demoraram muito tempo para captar as informações.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Doutor Lixo

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	↓
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	↓
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	↓
TOTAL	3

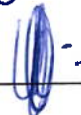
Justificativas:

Gastaram mais da metade da verba com TV e Rádio. Os luzianos tanto os que moram e trabalham aqui na cidade ou fora, acompanham as notícias da cidade mais por redes sociais e jornais.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida - envelope 2

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Giuliano Fonseca.

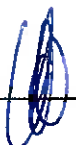
Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	2
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2
TOTAL	8
Justificativas: <u>Texto vazio e sem trabalho de pesquisa. Fundamentação extremamente teórica. Pouco conhecimento do atual cenário da cidade de Santa Luzia.</u>	

PLANILHAS – SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida - envelope 2

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	2
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	10
Justificativas: Texto técnico e não mostra como o licitante chegou a sua ideia do conceito. Seu per sinal é redundante e sem atingir rapidamente o receptor quanto a ideia da campanha. Estratégia fraca para um tema tão sensível.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A Cidade que a gente Cuida - envelope 2

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fereira

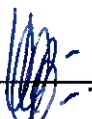
Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL	10
Justificativas: Argumentação fraca e conceito proposto redundante. Novamente texto excessivamente teórico. Não tem objetivo central. Estratégia fraca. Conceito pouco apelativo e sem impacto. Peças sem apelo visual. Para o tema proposto. Ideia criativa baseada na identidade visual da Prefeitura. O que confunde o público alvo.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida - envelope 2

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	5

Justificativas:

Gasto excessivo com TV. Muita da metade dos recursos destinados a esse meio que possui a realidade de um município como Santa Luzia. Bom conhecimento das mídias locais, mas pouca distribuição dos recursos.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida envelope ②

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Insucesso

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	3
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2
TOTAL	10
Justificativas: O texto apresentado não apresenta as informações complexas conforme a necessidade da campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida envelope 2

Avaliador 01(02) ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Assinatura

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL 11	
Justificativas: a estratégia poderia ter sido um pouco melhor. o texto não atende tão bem a campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida envelope 2

Avaliador 01 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Im Souza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	4
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL <u>12</u>	
Justificativas: o objetivo da campanha não foi alcançado. o trabalho visual é deficiente em alguns pontos do material apresentado.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A lixidão que a gente cuida envelope (2)

Avaliador 01 (2) ou 3: Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: ImSocys.

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	3
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2
TOTAL 7	8

Justificativas:

os valores apresentados não são compatíveis com o trabalho apresentado, os gastos com mídia são extremamente excessivos.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cria, cria da gente.

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	2
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	1
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2
TOTAL	8
Justificativas: Falta o autor destacar também no raciocínio que a Prefeitura além de convidar o cidadão a melhorar, deve alertar sobre os perigos e consequências dos seus atos.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida, cuida da gente

Avaliador 01,02 ou (3): Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3,5
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	5
TOTAL	13,5
Justificativas: A estratégia de comunicação entendeu bem os problemas e parece conhecer bem a cidade.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3,5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL	10,5
Justificativas: As peças foram bem feitas porém fugiram um pouco da realidade do perfil das pessoas da cidade.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A cidade que a gente cuida cuida da gente

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

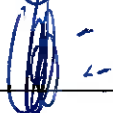
Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	5
Justificativas: Gastou a maior parte da verba em TV, e achou que investiu pouco nas mídias locais. É mais fácil um lusoense ver notícias da sua cidade nos portais locais do que na TV.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lixe no lugar - envelope 3

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	4
TOTAL	18
Justificativas: Texto bem fundamentado e construtivo. Excelente trabalho de pesquisa e conhecimento sobre o problema de comunicação proposto pelo briefing.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lito no lugar - envelope 3

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	5
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	7
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	7
TOTAL	19
Justificativas: Excelente proposta criativa. Um misto de campanha fácil e "chiclete" que chega rápido ao público alvo. Boa proposta do mascote. Aproxima a população do município de Coletor do Rio sem dar uma conotação infantil. Bem asertivos	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Link no lugar - envelope 3

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

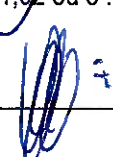
Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	5
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	5
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	5
TOTAL	20
Justificativas: Muito boa a ideia criativa e aplicação da linguagem proposta nas peças. Cores adequadas ao tema e conceito pontualmente aplicado. Campanha simples, limpa e objetiva.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lixo no lugar - envelope 3

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	3
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2
TOTAL	8
Justificativas: Gosto excessivo com TV. Boa distribuição dos recursos no meio digital, Boa estratégia digital. Bom conhecimento das mídias locais.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: lixe no lugar por Santa Luzia Billhar envelope ③

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imbauri

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	4
TOTAL 19	
Justificativas: O estilo visual são compatíveis com a campanha, porém, parte do material apresentado pode ser um pouco melhor.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lixo no lugar faz Santa Luzia brilhar.

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues.

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	5
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	6
TOTAL	15
Justificativas: As questões apresentadas possivelmente atenderá bem a comunicação visual com o público, a argumentação foi positiva.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Fixo no lugar faz Santa Luzia brilhar

Avaliador 01 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	5
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	5
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	4
TOTAL <u>19</u>	
Justificativas: A criatividade foi muito boa e pode ter uma repercussão positiva. grande credibilidade para o município	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: lixo no lugar faz Santa Luzia brilhar

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Maralino de Souza Rodrigues

Visto: Im Souza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	<u>2</u>
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	<u>2</u>
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	<u>3</u>
TOTAL <u>7</u>	
Justificativas: A escolha dos meios atendeu a desejos no que se refere ao material, parte representativa. A economicidade poderia ter sido um pouco melhor.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: lixo no lugar faz Santa Luzia Brilhante

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Aguiar

Visto: Vitor Hugo Silva Aguiar

QUESTO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	5
TOTAL	16,5
Justificativas: Raciocínio bem elaborado e argumentos alinhados com os dados. Mostrou proximidade com a cidade e o tema do problema.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Luto no lugar faz Santa Luzia Brilhar

Avaliador 01,02 ou(3): Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	4
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4,5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	6
TOTAL	14,5
Justificativas: Proposta clara o objetivo, consegue se comunicar com diversos públicos, inclusive crianças.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lixo no lugar faz Santa Luzia Belhas

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	4
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	4
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	5
TOTAL	18
Justificativas: Pegs criativas, limpas e claras. Conceito da ideia foi bem aplicado.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Lixo no lugar faz Santa Luzia Brilhar

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2,5
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	3
TOTAL	8,5

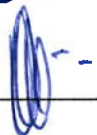
Justificativas:

Gasto muito alto com TV, porém distribuiu bem o resto da verba. Estudou bem o consumo na cidade. Redes sociais, imprensa local e escolas também podem fazer diferença. A ideia do mascote foi boa.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Bum descarta certo - envelope 4

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	4
TOTAL	16

Justificativas:

Texto bem argumentado e bem fundamentado. Bom conhecimento da cidade e bom trabalho de pesquisa.
CADERNO EM DESACORDO COM EDITAL
Conforme item 9.1

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem descarta Certo - envelope 4

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	4
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	11

Justificativas:

Tanto bem escrito e bem fundamentado. Note utilizado pela campanha pouco apelativo e de difícil assimilação pelo público alvo.

CADETERNO EM DESACORDO COM O EDITAL - conforme item 9.1

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Sum descarta Certo - envelope 4

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	3
TOTAL	10
Justificativas: Campanha proposta pelo licitante desmasiadamente infantil, o que dificulta a chegada ao público-alvo, que é TODA POPULAÇÃO de Santa Luzia. CADERNO EM DESACORDO COM O EDITAL conforme item 9.1.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem descorta certo - envelope 4

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fenseca

Visto:  _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	5

Justificativas:

Gastou excessivo com TV na proposta apresentada. Algo desnecessário com o momento que a cidade vive. Roduz utilizadas sem conhecimento local e sem justificativa sobre audiência local. Pouco conhecimento sobre as mídias locais.

CADERNO EM DE SACORDO COMO EDITAL - conforme item 9.1

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem descarta certo envelope (4)

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Maralino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	5
TOTAL 18	
Justificativas: Foi apresentado um bom trabalho com bons argumentos. Parte do material não atende as exigências da campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem descarta certo envelope (P)

Avaliador 01 (02) ou 3 : Nome Luciene Marceline de Souza Rodrigues

Visto: Im Souza

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	5
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	12
Justificativas: o texto apresentado foi de fácil aceitação, de acordo com o esperado pela campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: quem desconta certo Envelope (4)

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	4
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	3
TOTAL <u>13</u>	
Justificativas:	
o material é bom, porém não para a linguagem para o público alvo. Parte do material em desacordo	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem desconta certo envelope (4)

Avaliador 01 (02) ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: insuficiente

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2
TOTAL 6	
Justificativas: o conhecimento não ficou tão claro quanto as mídias locais. os gastos com TV foram totalmente excessivos.	

envelope 4

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem derracha o coque faz pontão para Santa Luzia

Avaliador 01,02 ou 3 Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3,5
TOTAL	14
Justificativas: Ideia bem apresentada, mostrou conhecimento da cidade, porém apresenta uma página em branco. + item 9.1	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem desce não sobe

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Marcelo Silva Augusto

Visto: Marcelo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	<u>3</u>
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	<u>3</u>
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	<u>4</u>
TOTAL	<u>10</u>
Justificativas: <u>Texto bem redigido porém com uma folha em branco.</u> <u>Idem q.1</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem desce ao lixo

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	4
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	4
TOTAL	14
Justificativas:	
Peças bem produzidas e limpas, fácil de informar e para diversos públicos, explorou bem as cores da logo da prefeitura. Porém o nome da campanha ficou muito grande.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem desce a ladeira

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	4

Justificativas:

bastos exagerados com TV e rádio. Falta conhecimento dos veículos locais também.

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é nossa casa - Envelope 5

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Giuliano Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL	15
Justificativas: <i>Pontos bem distribuídos. Bom entendimento do atual cenário do município e do problema de comunicação.</i>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é nossa casa - Envelope 5

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	4
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	12
Justificativas: O texto está tecnicamente correto. Porém o conceito de campanha é genérico e de difícil assimilação por parte do público alvo. As ações propostas estão adequadas, porém a proposta não dá a solução para a mobilização.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é nossa casa - Envelope 5

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

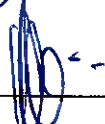
Visto: _____

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	4
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL	11
Justificativas:	
As peças são poluídas. Conceito de difícil aplicação visual. Muita informação para cada peça sugerida. Utilização de cores que não têm constância de limpeza. O que prejudica o entendimento do receptor como mensagem proposta.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é minha casa - Envelope 5

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	<u>2</u>
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	<u>3</u>
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	<u>1</u>
TOTAL	<u>6</u>
Justificativas: Bom conhecimento das mídias locais, bom trabalho de estudo. Porém proposta com gasto excessivo em TV, que consome 1/3 da verba da campanha proposta.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é nossa casa envelope (5)

Avaliador 01/02/03 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2
TOTAL 13	
Justificativas: atende as expectativas (bom entendimento). a campanha é aceitável, porém de difícil entendimento para o público.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia e minha casa envelope (5)

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Impossível

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	2
TOTAL <u>8</u>	
Justificativas: Bom trabalho técnico, porém gastos desnecessários com mídia (TV), o que consome uma grande parte do valor proposto. O trabalho final é difícil de ser aceito pelo público por ser tão extenso.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia e nossa casa envelope 5

Avaliador 01(02) ou 3 : Nome Lucine Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Indebug

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL <u>10</u>	
Justificativas: O material apresentado é muito poluído visualmente deixando difícil a leitura visual imediata. Foi apresentada informações muito grandes nas artes apresentadas não sendo o ideal para a campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia e nossa casa envelope (5) S

Avaliador 01 (02 ou 3) : Nome Luciene Marceline de Souza Rodrigues

Visto: Intelex.

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	3
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2
TOTAL 8	
Justificativas: o estudo das mídias locais foi bem executado. o valor apresentado não é compatível com os serviços apresentados.	

Envelope 5

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia Nossa Casa

Avaliador 01,02 ou 3 : Nome U. de Ago Silva Augusto

Visto: U. de Ago Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	3,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2,5
TOTAL	12,5
Justificativas: <u>Texto bem Redigido. Soube propor a solução para comunicação.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é a nossa casa

Avaliador 01,02 ou (3): Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	3,5
TOTAL	9,5
Justificativas: Soube propor o problema mas na execução foi falhar. O raciocínio foi claro mas na comunicação publicitária foi grande demais, começando pelo nome da campanha.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia é nosso Casa

Avaliador 01,02 ou 3. Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2,5
TOTAL	11,5
Justificativas:	
Peças muito poluídas, muita informação junta. O público gastaria muito tempo para absorver a informação passada.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia e nossa casa

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

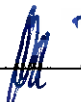
Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	1
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2,5
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2,5
TOTAL	6
Justificativas: Se mostrou bem no conhecimento das mídias locais. Porém gastos exagerados com TV e Rádio. 160.548 reais com Rádio? Deveria ter distribuído melhor a verba.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Limpo com Santa Luzia - Envelope 6

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Gustavo Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	3
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL	12
Justificativas: Bom conhecimento do momento do município, CADERNO EM DEACORDO COM O EDITAL Conforme item 9.1 - conforme item 9.5.3	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Zimpo com Santa Luzia - Envelope 6

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: [Assinatura]

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	11

Justificativas:

Bom conceito de campanha, porém argumentação lógica
evasiva, sem sustentação técnica.

CADERNO EM DESACORDO COM O EDITAL.

Conforme item 9.1 e conforme item 9.5.3

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia Jogue Limpo - Envelope 6

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	3
TOTAL	12
Justificativas: Companhia com visual adequado. Uma boa aplicação do conceito proposto. CADERNO EM DE SACORDO COM O EDITAL. Conforme item 9.1 e item 9.5.3	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Limpo Com Santa Luzia - Envelope 6

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Guilherme Fonseca

Visto: 

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	1
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1
TOTAL	3
Justificativas: Não entendi a avaliação. Não fez estratégia de mídia. A planilha fala em pontos locais. Ruais? Como eles chegaram a esse preço? Fala em pontos locais. Ruais? Proposta pessoal de desclassificação. Não atendeu o edital.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue limpo com Santa Luzia envelope 6

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Inserção

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	2,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2,5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3
TOTAL <u>10,5</u>	
Justificativas: <u>conhecimento compatível com o esperado.</u> <u>material fora do padrão.</u>	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Limpo com Santa Luzia

Avaliador 01 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	4
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL 11	
Justificativas: a campanha apresenta bom conhecimento o material apresentado deveria ser melhor, de acordo com o esperado.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: fogue ^{limpo} ~~lito~~ no com Santa Luzia

Avaliador 01, 02 ou 3 : Nome Luciana Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imagem

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	2
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL <u>10</u>	
Justificativas: O visual se adequa ao esperado. com um conceito positivo.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue limpo com Santa Luzia

Avaliador 01 02 ou 3 : Nome Luciene Marcelino de Souza Rodrigues

Visto: Imbuzi

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	3
TOTAL <u>7</u>	
Justificativas: a estratégia de mídia não atende as expectativas do município. os valores apresentados não foram satisfatórios	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jaque Limpa com Santa Luzia

Avaliador 01, 02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)	
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)	2,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2,5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2,5
TOTAL	10
Justificativas: Conheço bem a cidade mas deixo a página em branco, de acordo com o edital. Itém 9.1 e Itém 9.5.3	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Limpo com Santa Luzia

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)	
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	2
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos).	5,5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4
TOTAL	11,5
Justificativas: A estratégia foi boa e criativa, porém novamente a primeira página estava em branco. Item 9.1 e item 9.5.3 do edital.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANODE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogue Limpo Com Santa Luzia

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)	
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	2
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2
TOTAL	8
Justificativas: As peças ficaram ok, porém deveriam ter sido apresentadas com o caderno.	

PLANILHAS-SUBCOMISSÃO TÉCNICA PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: doque limpo com sorriso Luzia

Avaliador 01,02 ou 3: Nome Vitor Hugo Silva Augusto

Visto: Vitor Hugo Silva Augusto

QUESITO	PONTUAÇÃO
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)	
a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	<u>1</u>
b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	<u>1</u>
c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	<u>1</u>
TOTAL	<u>3</u>
Justificativas: <u>Faltou mais dados. Quais jornais? Quais radios?</u> <u>e as mídias locais?</u>	