

PLANILHA DE AVALIAÇÃO (INVOLUÇO 1)

CONCEITO 2: Quando eu Falo Minha Voz, Vale Mais!

CONCEITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

(MÁXIMO 65 PONTOS)

ATTRIBUTO	SALVADOR	AVALIADOR 01	PONT.	AVALIADOR 02	PONT.	AVALIADOR 03	PONT.
Subquisito D - Estratégia de Mídia e Não Mídia máximo de 16 (dezesseis) pontos							
Subquisito C - Ideia Criativa máximo de 20 (vinte) pontos							
Subquisito B - Estratégia de Comunicação Publicitária máximo de 20 (vinte) pontos							
Subquisito A - Raciocínio Básico máximo de 10(dez) pontos							
PONTOAGEM SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:							
A. A adequação do artigo (enunciado) do conceito proposto à natureza e à qualificação do CMC e à sua essência de comunicação;	10,00	9,00	9,00	9,00	9,00	8,50	8,50
B. A constituição lógica e pertinente da argumentação apresentada em defesa do projeto (enunciado do conceito proposto);							
C. A adequação de desdobramentos positivos ao conceito proposto para a comunicação de CMC com seus públicos;							
D. A adequação e a sustentabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação proposto;							
E. A multiplicidade de interpretações favoráveis que compete à estratégia proposta;							
F. A originalidade de forma sob a qual se apresenta;							
G. O seu desenquadramento no universo cultural dos segmentos de público;							
H. Os detalhamentos comunicativos que envolvem o enunciado nos exemplos de peças abus material;							
I. A adequabilidade das peças (uso de material);							
J. A correspondência da mensagem unificada nas peças e no roteiro (em relação aos propósitos propostos);							
PONTOAGEM SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:	20,00	18,00	17,00	17,00	18,00	18,00	18,00
B.10) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-almeida;							
b1. A capacidade analítica e didática no aínsa dessas habilitas;							
c. A constituição do plano finalizado da distribuição das peças (ou de material) em função de suas linhas anterior;							
d. A pertinência, oportunidade e econômicoideade do enunciado no uso dos meios de comunicação propostos da CMC;							
e. A econômicoideade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no planejamento de distribuição das peças e/ou de mídia;							
f. A administração de mídia segmentada, alternativa e de massa;							
PONTOAGEM SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:	15,00	14,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
TOTAL POR AVALIADOR	59,50	55,50	55,50	53,50	53,50	53,50	53,50
TOTALIZAÇÃO TOTAL DA LISTANTE (MÉDIA)	56,17						

Assinatura:
Avaliador 1
Antônio Teodoro Romeo

Assinatura:
Avaliador 2
Paulo Zobca Neto

Assinatura:
Avaliador 3
Jesuino Andrade Soares

PLANILHA DE AVALIAÇÃO (INVOLURO 1)

CONCEITO 1: Você Acompanha, Caiaras se Transforma

QUESTÃO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICARIA

(MÁXIMO 80 PONTOS)

ATRIBUTO	MÁXIMO	AVALIADOR 01	PONT.	AVALIADOR 02	PONT.	AVALIADOR 03	PONT.
Subquito A - Raciocínio Básico máximo de 10[dez] pontos							
a) Das 10[dez] e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE CAIARA							
b) Da natureza da atuação e da qualidade das relações da CMG com suas públicas;							
c) As características da CMG e as suas atividades que sejam significativas para a comunicação pública;							
d) A soberba natureza e a sabedoria do público da licenciada;							
e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing; para sustentar esse desafio;							
f) Das necessidades de comunicação da CMG para sustentar esse desafio;							
PONTUAÇÃO SUBQUESTÃO E JUSTIFICATIVA	10,00		9,50		9,50		9,00
Subquito B - Ideia Criativa não Mídia máximo de 10 [dez] pontos							
a) A adesividade do projeto, unirão o conceito proposto à comunicação;							
b) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito temático e do conceito proposto;							
c) A feição de desdibuldimento positivos do conceito proposto para a comunicação da CMG com seu público;							
d) A adequação e a consignificativa da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do desafio de comunicação proposto no briefing;							
e) A coerência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do desafio de comunicação proposto no briefing;							
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMG e suas necessidades no qual se refere, esse desafio de comunicação, suas particularidades ou objetivos de comunicação;							
g) A demonstração de que esse projeto é viável, conforme demonstrado nos exemplos de pressa e ou material apresentados;							
h) A sustentabilidade das ideias e seu desenrolar;							
i) A compatibilidade da mensagem unificada nas pressas e ou no material e os metos e os públicos propostos;							
PONTUAÇÃO SUBQUESTÃO E JUSTIFICATIVA	20,00		19,00		19,50		19,50
Subquito C - Estratégia de Mídia e Não Mídia máximo de 16 [quinze] pontos							
a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação							
b) Os segmentos de público identificados no anexo desses hábitos;							
c) A constituição do plano final de distribuição das mensagens ou material em relação às duas áreas amparadas;							
d) A participação, oportunidades e a econômicoideia de aumentar os resultados de comunicação proposta da CMG;							
e) A econômicoideia da aplicação da teoria do mídia, videnciadas na planilha simulada de distribuição das pressas e ou o material e os metos e de mídia.							
PONTUAÇÃO SUBQUESTÃO E JUSTIFICATIVA	20,00		19,00		19,50		19,50
TOTAL POR AVALIADOR	15,00		61,00		60,50		59,00
PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (MÉDIA)			60,17				

Assinatura:
Assessor
Assessoramento Romero

Assinatura:
Analista 2
Paulo Zanini Ribeiro
CPF: 026.853.004-00
CNPJ: 18.531.519-00

PLANILHA DE AVALIAÇÃO (INVOLURO 1)

CONCEITO 3: Conhecer para Crescer

QUESTÃO 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICÁRIA

(MÁXIMO 65 PONTOS)

A TRIBUTOS	MÁXIMO	AVALIADOR 01	PONT.	AVALIADOR 02	PONT.	AVALIADOR 03	PONT.
a) Das diretrizes e do projeto da CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ (Câmara Municipal de Cuiabá)	6,00						
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC com suas públicos;							
c) Das características da CMC das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;							
d) Sobre outras a cada vez o objeto da discussão;							
e) Das necessidades de comunicação da CMC para solucionar esse desafio.							
Subquisito A - Raciocínio Básico máximo de 10 (dez) pontos							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA							
Subquisito B - Estratégia de Comunicação Publicitária máximo de 25 (vinte e cinco) pontos							
b) A estruturação do projeto institucional e do conteúdo proposto à comunicação e qualificação da CMC e a seu desafio de representatividade;	10,00		6,00		6,00		5,00
b) A consistência lógica e a praticidade da argumentação elaborada em defesa do projeto institucional e do conteúdo representativo;							
c) A razoável dedicação ao conceito proposto para a comunicação da CMC com suas públicos;							
d) A adequação e a equilíbrio da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação institucional da CMC;							
e) A razoável dedicação ao conceito proposto para a realização em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;							
f) A competência de articular os conhecimentos sobre a CMC e mercados no qual se insere, seu desafio de comunicação, suas propostas, ou objetivos de comunicação previstas na Briefing e suas disponibilidades;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA	20,00		12,00		11,00		10,00
Subquisito C - Ideia Criativa máximo de 15 (quinze) pontos							
b) Da adequação ao desafio da comunicação expresso no briefing;							
b) Da adequação à estratégia de comunicação publicitária proposta para a CMC;							
c) Da adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;							
d) A multiplicidade de interpretações diversas que compõem a constituição;							
e) O desafio da forma sob a qual se apresenta;							
f) Os perfeitos e as atividades da CMC e a sua inserção nos contextos social, político e econômico;							
g) O desdobramento comunicativo que atende, conforme demonstrado nos exemplos de peças do material apresentado;							
h) A adequação das peças e seu desafio;							
i) A competência e a originalidade das peças ou no materializado da press com a proposta criativa. Não apelou a trivialidade de recursos que cada mídia oferece;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA	20,00		8,00		4,00		4,00
Subquisito D - Estratégia de Mídia e Não Mídia máximo de 15 (quinze) pontos							
d) O conhecimento das habilitas da consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo;							
b) A competência analítica evidenciada no exame dessas habilitas;							
c) A competência de fazer a mediada de distribuição das peças ou o material em todos os tipos de mídias disponíveis;							
d) A pertinência, a oportunidade e a econômicidade das mídias e suas respectivas no uso dos recursos de comunicação propostos da CMC;							
e) A economização da aplicação da vertente de mídia, evidenciada no planejamento de distribuição das peças e/ou o material;							
f) O otimizado da mídia segmentada, alternativa e de massa;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA	15,00		8,00		6,00		5,00
TOTAL POR AVALIADOR		20,00		26,00		27,00	
PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (MÉDIA)							

*Avaliador 1:
Antônio Telmo Romero
CPF: 039.655.808-40*

*Avaliador 2:
Paulo Zózimo Soares
CPF: 018.480.485-27*

PLANILHA DE AVALIAÇÃO (INVOLUÇRO 1)

CONCEITO 4: Sua voz é a Diferença

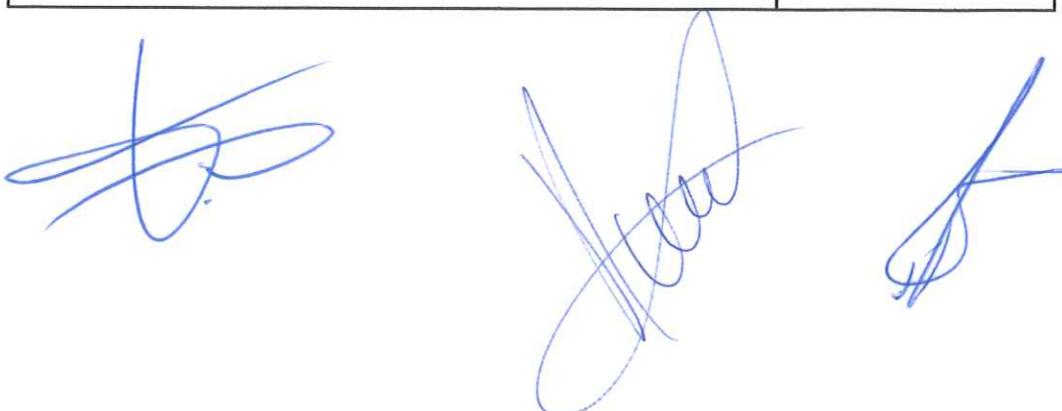
QUESTÃO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		(MÁXIMO 85 PONTOS)					
ATRIBUTO	VALOR (%)	AVALIADOR 01	PONT.	AVALIADOR 02	PONT.	AVALIADOR 03	PONT.
Subquisito A - Reciclagem Básico máximo de 10 (dez) pontos	85						
A.1) Divulgação e do papel DA CÂMARA MUNICIPAL DE CAIÉS	10						
a) Das necessidades e da qualidade das relações da CMIC							
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMIC							
c) Das competências da CMIC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;							
d) Subjetividade e a extensão do público da CMIC;							
e) Do desafio de comunicar-se através do rádio e da televisão;							
f) Das necessidades de comunicação da CMIC para surtir maior efeito.							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:							
Subquisito B - Estratégia de Comunicação Publicitária máximo de 20 (vinte) pontos	10,00		6,00		6,00		5,00
B.1) A sistematização do princípio, método e do conteúdo propostos à comunicação;							
a) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da parceria temática e do conteúdo proposto;							
b) A lógica da dedução dos resultados positivos do conceito proposto para a comunicação no Círculo com seus públicos;							
c) A dedução e a consubstancialização da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação proposto no Briefing;							
d) A sistematização da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação proposta no Briefing;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:	20,00		11,00		11,00		9,00
Subquisito C - Ideia Criativa máximo de 20 (vinte) pontos							
C.1) Sua estratégia no desafio de comunicação expresso no brief;							
a) Sua estratégia a ser utilizada na comunicação publicitária							
b) Sua estratégia ao universo cultural dos segmentos de público							
c) Sua estratégia ao universo cultural dos segmentos de público							
d) A multiplicidade de interpretações diversificadas que compõem:							
e) A originalidade da combinação dos elementos que o constituem;							
f) O dinamismo da forma sob a qual se apresenta;							
g) Sua pertinência às atividades da CMIC e à sua inserção no seu contexto social, político e econômico;							
h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças do material apresentado;							
i) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMIC e mercados no qual se insere, seu desafio de comunicação, suas propostas e objetivos de comunicação previstas no Briefing e a mesma disponibilizadas;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:							
Subquisito D - Estratégia de Mídia e Não Mídia máximo de 15 (quinze) pontos							
D.1) Conhecimento das habilitações da comunicação							
a) Os segmentos de público prioritários;							
b) A especificidade analítica evidenciada no uso desses habilitações;							
c) A constância do plano e momento de distribuição das peças							
d) A periodicidade e a oportunidade e a econômico-econômica das peças;							
e) A periodicidade e a oportunidade e a econômico-econômica das peças;							
f) A adequabilidade das peças e uso dos recursos de comunicação propostas de forma eficiente;							
g) A adequabilidade das peças e uso dos recursos de comunicação propostas de forma eficiente;							
h) A economia de aplicação de verba da mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e uso de materiais;							
i) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa;							
PONTUAÇÃO SUBQUISITO E JUSTIFICATIVA:	20,00		10,00		9,00		9,00
TOTAL POR AVALIADOR	15,00		6,00		5,00		5,00
PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (MÉDIA)		32,50		31,50		28,00	

*Antônio Roberto Romano
CPF: 036.910.402-00*

*Fábio Zanin Neto
Avaliador 2
CPF: 018.940.494-27*

*José Roberto Soares
Avaliador 3
CPF: 018.940.494-27*

CONCEITO	N1
Você Acompanha, Caieiras Se Transforma	60,17
Quando eu Falo Minha Voz Vale Mais	56,17
Conhecer para Crescer	27,33
Sua Voz Faz a Diferença	31,00



The image shows three distinct blue ink signatures arranged horizontally. The first signature on the left is a cursive style, appearing to begin with 'João'. The middle signature is also cursive and appears to begin with 'João'. The third signature on the right is a stylized, more abstract cursive mark.