



CÂMARA MUNICIPAL  
DE NOVA LIMA, MG

## PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Tá na Mão

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Raciocínio Básico (Máximo 05 pontos)</b>			
a) Das funções e do papel, CÂMARA, no contexto social, político e econômico - <b>De 0 a 1 ponto</b>	1	1	1
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA com seus públicos - <b>De 0 a 1 ponto</b>	1	1	1
c) Das características da CÂMARA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária - <b>De 0 a 1 ponto</b>	0,5	1	1
d) O desafio de comunicação expresso no briefing - <b>De 0 a 2 pontos</b>	1,5	2	2
<b>TOTAL DO QUESITO</b>	4	5	5
<b>NOTA MEDIA DO QUESITO</b>	4,66		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 25 pontos)</b>			
a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA e a seu problema específico de comunicação - <b>De 0 a 7 pontos</b>	6,5	7	7
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos - <b>De 0 a 4 pontos</b>	3	4	3
c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA com seus públicos - <b>De 0 a 2 pontos</b>	1,5	2	2
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA - <b>De 0 a 7 pontos</b>	6,5	7	7
e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - <b>De 0 a 3 pontos</b>	3	3	2
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre da CÂMARA, o mercado na qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ela desejadas e a verba disponível - <b>De 0 a 2 pontos</b>	1,5	1	1
<b>TOTAL DO QUESITO</b>	22	24	22
<b>NOTA MEDIA DO QUESITO</b>	22,66		



CÂMARA MUNICIPAL  
DE NOVA LIMA - MG

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Ideia Criativa (Máximo 25 pontos)</b>			
a) Sua adequação ao desafio de comunicação • De 0 a 5 pontos	4	5	5
b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela AGÊNCIA • De 0 a 3 pontos	2	2	3
c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo • De 0 a 1 ponto	1	1	1
d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta • De 0 a 2 pontos	1,5	1	1
e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem • De 0 a 3 pontos	2,5	3	2
f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta • De 0 a 2 pontos	1,5	1	2
g) Sua pertinência às atividades da CÂMARA e à sua inserção nos contextos social, político e econômico • De 0 a 3 pontos	2,5	2	3
h) Os desdobramentos comunicativos que ensejam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados • De 0 a 1 ponto	1	1	1
i) A Exequibilidade das peças e ou do material • De 0 a 3 pontos	2,5	3	3
j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos • De 0 a 2 pontos	1,5	2	2
<b>TOTAL DO QUESITO</b>	21,5	21	23
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>	21,83		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
<b>Estratégia de Mídia e Não-Mídia (Máximo 0 15 pontos)</b>			
a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público alvo - De 0 a 2 pontos	1,5	2	2
b) A capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos • De 0 a 2 pontos	1,5	2	2
c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores • De 0 a 4 pontos	3,5	2	3
d) Pertinência e oportunidade demonstradas de no uso de recursos de comunicação próprios da CÂMARA - De 0 a 1 ponto	1	1	1
e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material - De 0 a 3 pontos	3	3	3
f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e demassa • De 0 a 3 pontos	3	2	3
<b>TOTAL DO QUESITO</b>	13,5	12	14
<b>NOTA MÉDIA DO QUESITO</b>	13,16		



<b>NOTA TOTAL DACAMPANHA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (NTPCP)</b>	62,31
--	-------

Observações:

1) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, arr. 6º da Lei 12.232/2010.

1) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando -se as demais, sem qualquer arredondamento.

2) A nota total da campanha - Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.