

## ANEXO VII

### TABELAS

#### 1- TABELA DE CHECAGEM DE ITENS - PLANO DE COMUNICAÇÃO

3

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha:			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SIM	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas	✓	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	✗	
	Páginas numeradas conforme padrão	✓	
	Máximo de 30 linhas por lauda	✗	
Texto	a) Raciocínio Básico	✗	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	✗	
	c) Ideia Criativa	✓	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	✗	
Texto	d) Estratégia de Mídia	✗	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	✓	

*Reginaldo de Sales Gullato*

### 3- TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 65 (SESSENTA E CINCO)  
PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:**

3

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
<b>Raciocínio Básico</b>	Acuidade da compreensão das características da cidade de Juiz de Fora e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 ✕
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da CESAMA	3	Ótimo	3,0 ✕
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Acuidade da compreensão do papel da CESAMA no atual contexto social, político e econômico	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 ✕
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CESAMA com seus públicos	2	Ótimo	2,0
Bom			1,6 ✕	
Regular			1,2	
Não atendeu			0	
Não apresentou			0	
<b>Pontuação máxima do quesito Raciocínio Básico: 10 pontos</b>				

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
3 <b>Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	Adequação do conceito à natureza e qualificação da CESAMA e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação	4	Ótimo	4,0
			Bom	3,2 ✗
			Regular	2,4
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4
			Regular	1,8 ✗
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da CESAMA com seus públicos	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 ✗
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
<b>Pontuação máxima do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 pontos</b>				

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
<b>Ideia Criativa</b>	Adequação ao problema específico de comunicação da CESAMA	4	Ótimo	4,0
			Bom	3,2
			Regular	2,4 ✗
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	4	Ótimo	4,0
			Bom	3,2
			Regular	2,4 ✗
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	4	Ótimo	4,0
			Bom	3,2
			Regular	2,4 ✗
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 ✗
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Cobertura dos segmentos de público ensejados por essas interpretações	3	Ótimo	3,0	
		Bom	2,4	
		Regular	1,8 ✗	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
3 <b>Ideia Criativa</b>	Pertinência às atividades da CESAMA e sua inserção na sociedade	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 ✕
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4
			Regular	1,8 ✕
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 ✕
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Exequibilidade das peças	3	Ótimo	3,0
Bom			2,4 ✕	
Regular			1,8	
Não atendeu			0	
Não apresentou			0	
<b>Pontuação máxima do quesito Ideia Criativa: 30 pontos</b>				

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
<b>Estratégia de Mídia</b>	Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários	3	Ótimo	3,0 <input checked="" type="checkbox"/>
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	3	Ótimo	3,0 <input checked="" type="checkbox"/>
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B	3	Ótimo	3,0
			Bom	2,4 <input checked="" type="checkbox"/>
			Regular	1,8
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças	3	Ótimo	3,0 <input checked="" type="checkbox"/>
Bom			2,4	
Regular			1,8	
Não atendeu			0	
Não apresentou			0	
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação	3	Ótimo	3,0	
		Bom	2,4 <input checked="" type="checkbox"/>	
		Regular	1,8	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	
<b>Pontuação máxima do quesito Estratégia de Mídia: 15 pontos</b>				