

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.</p>	<p>a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.</p>	
SUBTOTAL		15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.</p>	<p>a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing. b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC. e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p>	
SUBTOTAL		11
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
<p>Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Sua pertinência a atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.</p>	
SUBTOTAL		12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing</p>	<p>a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC. e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	
SUBTOTAL		13

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.</p>	<p>a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.</p>	
SUBTOTAL		15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.</p>	<p>a) Adequação do conceito proposto a natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing. b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC. e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p>	
SUBTOTAL		17
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
<p>Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.</p>	
SUBTOTAL		19,2
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing</p>	<p>a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores. d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC. e) Econômidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	
SUBTOTAL		13

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.</p>	<p>a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.</p>	
SUBTOTAL		15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.</p>	<p>a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing. b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC. e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p>	9
SUBTOTAL		9
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
<p>Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Sua pertinência a atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.</p>	5
SUBTOTAL		5
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.</p>	<p>a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC. e) Economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	13
SUBTOTAL		13

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.</p>	<p>a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.</p>	
SUBTOTAL		15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.</p>	<p>a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing. b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos. d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC. e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p>	
SUBTOTAL		17
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
<p>Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC. c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.</p>	
SUBTOTAL		12,2
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
<p>Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.</p>	<p>a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC. e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	
SUBTOTAL		6