



PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
ESTADO DE SÃO PAULO

ANEXO XI

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Sorrisos

Avaliador 02:

Visto: _____

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|--|-----------|
| Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos) | 7 |
| Observações: interessante a abordagem de reforçar a qualidade de vida | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|---|-----------|
| Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos) | 17 |
| Observações: Boa estratégia | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|--|-----------|
| Ideia Criativa (Máximo 20 pontos) | 16 |
| Observações: Conteúdo das peças interessantes, porém o nome da campanha e layout das peças não remetem à uma campanha municipal, a meu ver. | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|---|-----------|
| Estratégia de Mídia e Não Mídia (Máximo 15 pontos) | 13 |
| Observações: necessidade de mais estudo sobre as mídias offline locais. Escolha de mídias com alto custo de veiculação | |



PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
ESTADO DE SÃO PAULO

ANEXO XI

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Quem vive ama, quem ama visita

Avaliador 02:

Visto: _____

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|--|-----------|
| Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos) | 5 |
| Observações: Objetivo, porém necessita de maior aprofundamento sobre a história da cidade, pontos turísticos, moradores e administração pública | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|---|-----------|
| Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos) | 13 |
| Observações: linguagem de campanha um pouco dispersa | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|---|-----------|
| Ideia Criativa (Máximo 20 pontos) | 12 |
| Observações: Ideia e slogan da campanha interessantes, porém o direcionamento para o público alvo turista e publico alvo morador não é diferenciado nas peças. | |

| QUESITO | PONTUAÇÃO |
|--|-----------|
| Estratégia de Mídia e Não Mídia (Máximo 15 pontos) | 9 |
| Observações: necessidade de mais aprofundamento no estudo das escolhas das mídias | |