

Parecer Técnico Individual – Quadros de Notas									
Priscila de Lima Silva – Membro Titular da Subcomissão Técnica de Comunicação									
1.3.3. DO RACIOCÍNIO BÁSICO – Acuidade da compreensão									
Alíneas	Especificações	Pontos	Total		Quadro Geral				
A	Do conhecimento das funções e do papel da Administração Pública Municipal e da comunicação de governos, no atual contexto social, político e econômico.	20	20						
B	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Administração Pública Municipal com seus públicos.	20	20						
C	Das características da Administração Pública Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	15	15						
D	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	15	15						
E	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado (s) pela Administração Pública Municipal.	15	15						
F	Das necessidades de comunicação da Administração Pública Municipal para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).	15	15						
TOTAL		100	100						
1.3.4. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA									
Alíneas	Especificações	Pontos	Total						
A	A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Administração Pública Municipal e ao(s) seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação.	40	40						
B	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos.	40	40						
C	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Administração Pública Municipal com seus públicos.	40	20						
D	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do (s) desafios ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Administração Pública Municipal.	40	30						
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia da comunicação publicitária proposta.	40	40						
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Administração Pública Municipal, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	50	30						
TOTAL		250	200						
1.3.5. DA IDEIA CRIATIVA									
Alíneas	Especificações	Pontos	Total						
A	Sua adequação ao 'briefing', especificados nos desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Administração Pública Municipal.	30	20						
B	Sua adequação (relação de coerência e consequência) aos subquestos 'Estratégia de Comunicação Publicitária' e 'Raciocínio Básico' representados pela licitante.	20	20						
C	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo.	20	10						
D	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	20	20						
E	A criatividade e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	20	20						
F	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	20	20						
G	Sua pertinência às atividades da Administração Pública Municipal e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	20	20						
H	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados.	20	20						
I	A exequibilidade das peças e/ou do material.	15	15						
J	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.	15	15						
TOTAL		200	180						
1.3.6. DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA									
Alíneas	Especificações	Pontos	Total						

	A	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	20	20						
	B	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	15	15						
	C	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores.	15	15						
	D	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PMNF, indicados no 'briefing'.	20	20						
	E	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material.	20	20						
	F	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	10	10						
	TOTAL		100	100						
	1.3.7. DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO									
	Alíneas	Especificações	Pontos	Total						
	A	O porte e a tradição dos clientes da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.	30	30						
	B	A experiência da licitante no atendimento ao Poder Público.	30	30						
	C	A adequação das qualificações e das quantificações dos profissionais da licitante à estratégia de comunicação publicitária da Administração Pública Municipal.	20	20						
	D	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	20	20						
	E	A operacionalidade do relacionamento entre a Administração Pública Municipal e a licitante, esquematizado na proposta.	30	30						
	F	A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Administração Pública Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	20	20						
	TOTAL		150	150						
	1.3.8. DO CONJUNTO DOS TRABALHOS REALIZADOS (REPERTÓRIO)									
	Alíneas	Especificações	Pontos	Total						
	A	A ideia criativa e suas pertinências aos clientes e a resolução dos problemas.	40	20						
	B	A qualidade da execução e do acabamento das peças e/ou materiais.	30	30						
	C	A clareza da exposição das informações prestadas.	30	30						
	TOTAL		100	80						
	1.3.9. DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (CASES)									
	Alíneas	Especificações	Pontos	Total						
	A	A evidência de planejamento publicitário.	30	30						
	B	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	20	10						
	C	A relevância dos resultados apresentados.	30	20						
	D	A concatenação lógica da exposição.	20	20						
	TOTAL		100	80						