

Empresa H: ALINE

1.23 – Raciocínio básico (5 pontos):

A: nota 3 - Superficial.

1.24 – Estratégia de comunicação publicitária (10 pontos):

1.2.1 - Domínio do tema (5 pontos):

A: nota 4 - Coerente, porém fraca.

1.2.2 – Estrutura editorial – compatibilidade da linguagem ao público proposto (5 pontos):

A: nota 4 - Adequada.

1.25 – Ideia criativa (55 pontos):

1.25.1.1 – Anúncio (5 pontos):

A: nota 4 - Esteticamente bonito, mas faltou um texto melhor. e mais curto

1.25.1.2 – Storyboard de um vídeo de 30s (15 pontos):

A: nota 13 - Original.

1.25.1.3 – Spot para a Rádio ADM de 30s – finalizado em MP3 (15 pontos):

A: nota 11- Faltou texto dinâmico.

1.25.1.4 – Peças para as redes sociais do CFA – Instagram, Story e Facebook (10 pontos):

A: nota 10 - Ótima.

1.25.1.5 – Peça livre escolha (10 pontos):

A: nota 10 - Estratégica.

– Estratégia de mídia e não mídia (10 pontos):

A: nota 7 - Melhorar estratégica de redes sociais.

-

Empresa H: ELISA

1.23 – Raciocínio básico (5 pontos):

AE: nota 3 - Panorama raso da atuação do CFA diante dos concorrentes.

1.24 – Estratégia de comunicação publicitária (10 pontos):

1.2.1 - Domínio do tema (5 pontos):

AE: nota 3 - Insatisfatório.

1.2.2 – Estrutura editorial – compatibilidade da linguagem ao público proposto (5 pontos):

AE: nota 3 - Boa apresentação, porém simplória diante dos concorrentes.

1.25 – Ideia criativa (55 pontos):

1.25.1.1 – Anúncio (5 pontos):

- AE: nota 4 - Bom anúncio, porém faltaram os ícones das redes sociais.
- 1.25.1.2 – Storyboard de um vídeo de 30s (15 pontos):
AE: nota 13 - Muito adequado ao público.
- 1.25.1.3 – Spot para a Rádio ADM de 30s – finalizado em MP3 (15 pontos):
AE: nota 11 - Nota dada baseada no texto. Coerente.
- 1.25.1.4 – Peças para as redes sociais do CFA – Instagram, Story e Facebook (10 pontos):
AE: nota 10 - Peças com linguagem bem adequadas ao meio.
- 1.25.1.5 – Peça livre escolha (10 pontos):
AE: nota 10 - Linguagem criativa e peça estratégica.

– Estratégia de mídia e não mídia (10 pontos):

AE: nota 7 - Visão estratégica de investir mais no digital e, com isso, engajar mais eficazmente o nosso público. Porém, está de forma solta e achei que o CPC não se justifica para uma campanha comemorativa quando o objetivo é atingir o maior número de pessoas.

--

Empresa H: HERSON

1.23 – Raciocínio básico (5 pontos): entendimento do briefing e diagnóstico das necessidades de comunicação um pouco rasas.

1.24 – Estratégia de comunicação publicitária (10 pontos):

1.2.1 - Domínio do tema (5 pontos): Adequação apresentação lógica e pertinência da argumentação demonstrados de modo coeso porém faltaram pontos.

1.2.2 – Estrutura editorial – compatibilidade da linguagem ao público proposto (5 pontos): Coerente demonstração da estrutura e do entendimento porém faltou entendimento de alguns pontos.

1.25 – Ideia criativa (55 pontos):

- 1.25.1.1 – Anúncio (5 pontos): Criativo e Adequado
- 1.25.1.2 – Storyboard de um vídeo de 30s (15 pontos): Criativo e Adequado
- 1.25.1.3 – Spot para a Rádio ADM de 30s – finalizado em MP3 (15 pontos): tom mais rígido que a campanha em geral
- 1.25.1.4 – Peças para as redes sociais do CFA – Instagram, Story e Facebook (10 pontos): Criativo e Adequado
- 1.25.1.5 – Peça livre escolha (10 pontos): peça de excelente escolha e criativa

– Estratégia de mídia e não mídia (10 pontos): boa estratégia e distribuição do orçamento

--

Empresa H PAULO

Raciocínio básico (5 pts) : poderia ter destrinchado um pouco mais o raciocínio

Estratégia de comunicação publicitária (10 pts)

domínio do tema (5 pts) : mostrou entendimento do tema mas não soube explicá-lo

Estrutura editorial (5 pts) : não pareceu estar alinhada com a linguagem DO público alvo

Ideia criativa (55pts)

anúncio (5 pts) :3 arte final esta boa, mas poderia ter assinado em baixo e poderia ter colocado mais informações sobre o sistema

Storyboard (15 pts) :14 criativo e original, poderia ter alterados as cores e o cenário

spot (15 pts) :, **11.5 bacana, porém não ouvimos o audio**

redes sociais (10pts) :9 chamadas são bastante criativas

peça livre (10 pts):10 ... além de estar em um local estratégico , usou o termo decolar para conectar a campanha com a estratégia

Mídia (10, pts) :: 7 boa distribuição e bom equilíbrio

Empresa H: THALYSON

1.23 – Raciocínio básico (5 pontos):

O texto ficou raso e não aborda pontos essenciais como registro.

1.24 – Estratégia de comunicação publicitária (10 pontos):

1.2.1 - Domínio do tema (5 pontos):
Coerente.

1.2.2 – Estrutura editorial – compatibilidade da linguagem ao público proposto (5 pontos):

Demonstra uma boa estratégia é um visão de destinação dos públicos que pode ser interessante.

1.25 – Ideia criativa (55 pontos):

1.25.1.1 – Anúncio (5 pontos):

O anúncio é bem acabado mas o texto é pouco atrativo é longo.

Tem uma boa finalização é um texto atrativo.

1.25.1.2 – Storyboard de um vídeo de 30s (15 pontos):

O storyboard é bem feito mas o visual agride e foge a temática.

1.25.1.3 – Spot para a Rádio ADM de 30s – finalizado em MP3 (15 pontos):

A nota é baseada no texto que apresenta incoerência e pouco dinamismo se tratando de material para a rádio.

1.25.1.4 – Peças para as redes sociais do CFA – Instagram, Story e Facebook (10 pontos):

Aponta um bom entendimento em conteúdo para mídia digital.

1.25.1.5 – Peça livre escolha (10 pontos):

A peça é simples mas apresenta uma boa conexão com a mídia escolhida.

– Estratégia de mídia e não mídia (10 pontos):

Aponta uma boa distribuição do orçamento.

--

Empresa H: THIAGO

1.1 – Raciocínio básico (5 pontos):

3 pontos • Faltou profundidade no entendimento e diagnóstico.

1.2 – Estratégia de comunicação publicitária (10 pontos):

1.2.1 - Domínio do tema (5 pontos):

4 pontos • Demonstra domínio do tema.

1.2.2 – Estrutura editorial – compatibilidade da linguagem ao público proposto (5 pontos):

4 pontos • A linguagem é adequada ao público.

1.3 – Ideia criativa (55 pontos):

1.3.1.1 – Anúncio (5 pontos):

4 pontos • Anúncio simples, porém bem executado.

1.3.1.2 – Storyboard de um vídeo de 30s (15 pontos):

13 pontos • Vídeo simples, porém bem executado. A linguagem proposta funciona bem para o público.

1.3.1.3 – Spot para a Rádio ADM de 30s (15 pontos):

11 pontos • Texto coerente, porém o tom soa bem sério.

1.3.1.4 – Peças para as redes sociais do CFA (10 pontos):

9 pontos • Linguagem bem adequada a mídia e boa diversificação de peças.

1.3.1.5 – Peça livre escolha (10 pontos):

9 pontos • Boa escolha de peça e linguagem bem adequada a mídia selecionada.

1.4 – Estratégia de mídia e não mídia (10 pontos):

7 pontos • Faltou diversificação da renda. O gasto com um aeroporto foi exagerado.