

PROJETO CIDADÃO 2009



O QUE É?

OBJETIVOS

REGULAMENTO

CONCURSO

TERCEIROS ANOS (A, C, D, E)

O que é?



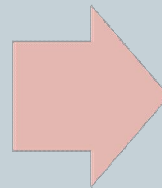
JOB/CONCURSO

Campanha publicitária para instituições sem fins lucrativos

PERFIL DO CLIENTE

Fundações, ONG's, sindicatos e associações

Desenvolvimento de campanha e sugestões para um cliente real com foco social, ambiental ou cultural, que apresenta dificuldades ou oportunidades a serem desenvolvidas por intermédio da comunicação.



Busca da profissionalização e independência para:
a prospecção do cliente,
a captação das informações,
maturidade nos métodos de trabalho e
finalização da proposta ao cliente.

Objetivos



Proposta de atuação em comunicação;
Julgamento público da melhor campanha e veiculação das peças;
Período para o desenvolvimento: março a junho de 2009;

Teor prático-teórico

- Participação direta das disciplinas:

Atendimento e Planejamento,
Ética e Legislação,
Redação Publicitária e
Criação Publicitária;

- Apoio das disciplinas:

Realidade Sócio-econômica;
Psicologia;
Produção de Áudio e Vídeo;

Regulamento



A Equipe: de 4 a 8 integrantes

Os grupos serão organizados em escala de horários para atendimentos com os professores das disciplinas participantes, em cronograma determinado e com rodízio;

A escolha dos componentes do grupo é exclusiva dos alunos, não havendo interferência da Coordenação. A equipe poderá solicitar a retirada de algum integrante, por escrito, justificando o motivo da exclusão. O integrante não será avaliado ou receberá notas relacionadas a este projeto a partir do momento da expulsão.

Regulamento



A Instituição:

- Sem fins lucrativos;
- Social, cultural, saúde, meio ambiente, direitos humanos, educação, entre outras;
- Escolha e abordagem da equipe;
- Suporte da disciplinas de Atendimento e Planejamento para captação do cliente e formatação do problema de comunicação;
- Carta apresentação do projeto será enviada por e-mail conforme a entrega das fichas das agências;

Regulamento



Desenvolvimento e avaliação

Base da avaliação:

- comparecimento da equipe às orientações marcadas;
- entrega dos relatórios nas datas estabelecidas no cronograma;
- Desempenho das áreas de campanha (separadas): Planejamento, Ética, Criação e Redação Publicitária;

Regulamento/Concurso



Peças obrigatórias de campanha

- cartaz publicitário;
- anúncio de 1 página de revista;
- mídia card;
- roteiro para spot de rádio;
- roteiro para comercial de televisão 30';
- roteiro de comercial adaptado para mídia indoor;
- full banner expansível;
- story board animado de conceito de campanha;

Cronograma 1ª fase



Entrega dos componentes e dados da agência (por e-mail)
16 de março

Prazo máximo para definição da instituição
3 de abril

Encontro com o 3º setor na Cásper
Abril de 2009

Entrega da formulação do briefing
17 de abril

Cronograma 2ª fase



Entrega da estratégia e posicionamento de campanha
29 de maio

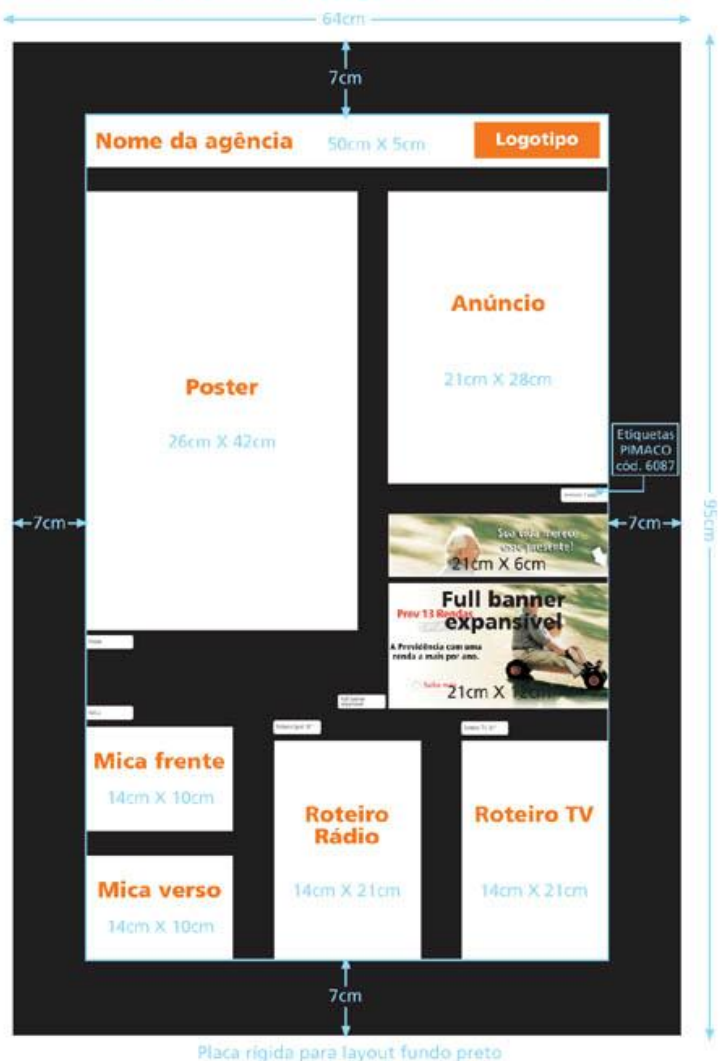
Entrega da campanha e relatório de sugestões
26 de junho

Votação da melhor campanha
Durante a Semana de Propaganda

Veiculação da peças selecionadas
2º semestre de 2009

PROJETO CIDADÃO

ENTREGA DE MONTAGEM PARA EXPOSIÇÃO

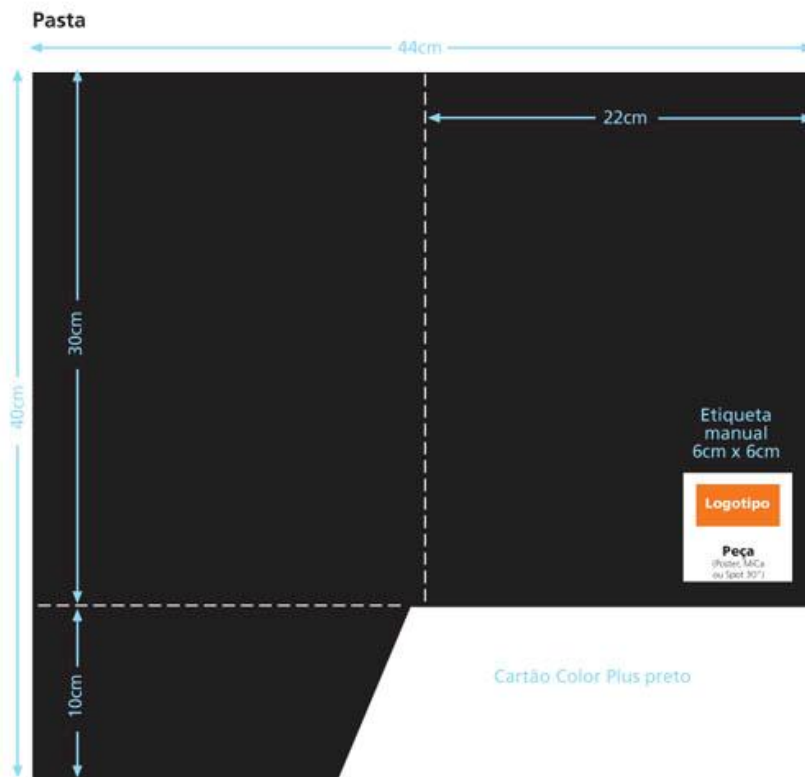


Apresentação da campanha

Concurso

PROJETO CIDADÃO

ENTREGA DE MONTAGEM PARA CONCURSO



Conteúdo da pasta:

- 1ª folha: Conceito e justificativa da criação
- 2ª folha: Peça impressa em formato reduzido

Total de 3 pastas:

- 1 para Concurso Poster
- 1 para Concurso MiCa
- 1 para Concurso Spot