**EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE CAMPANHA DE MARKETING**

1. **Disposições Gerais**
   1. A Rede Salesiana Brasil, localizada na SHCS CR Quadra 506, Bloco "B" Loja 66; Asa Sul - Brasília – DF, mediante a divulgação deste edital, torna público aos interessados a concorrência para criação de Campanha de Marketing direcionada às matrículas 2016/2017 da Rede Salesiana de Escolas-RSE.
2. **Inscrição:**
   1. A inscrição da empresa concorrente deverá ser feita, por meio do preenchimento da ficha em anexo, que deverá ser enviada até o dia 01 de março de 2016 para o endereço: marcia.kofferman@rsb.org.br.
   2. As empresas inscritas terão como prazo até o dia 30 de março de 2016 para envio do material de criação que será apresentado no Encontro Nacional da Rede Salesiana de Escolas- ENARSE.
   3. Durante este encontro, no dia 08 de abril a partir das 8h, cada empresa terá 15 minutos para apresentar sua criação aos diretores das escolas que compõem a Rede. Será formada uma comissão para a escolha da melhor campanha. A escolha será por votação secreta. O evento acontecerá no Centro de Convenções Israel Pinheiro, em Brasília-DF.
3. **Objetivo:**
   1. O objetivo da Campanha de Marketing é o estudo, a conceituação, a concepção e a criação da Identidade visual da Campanha de Matrículas 2016/2017 a ser utilizada em nível nacional pelas escolas da RSE.
   2. Quanto ao Plano de Comunicação Publicitária - campanha simulada: a empresa concorrente deverá apresentar um plano de comunicação, observando o tema e outras informações constantes no Briefing (Anexo I), deste Edital. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:
      1. Raciocínio básico: apresentação de texto, sem anexos em, no máximo, 02 (duas) laudas, com 30 linhas, em que a empresa demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing (Anexo I).
      2. Estratégia de comunicação publicitária: apresentação de texto, sem anexos em, no máximo, 02 (duas) laudas, com 30 linhas, no qual a licitante:

Defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a Campanha de matrículas. Não serão considerados esboços, layouts, roteiros, story-boards ou similares no julgamento do quesito. Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação.

* + 1. Ideia criativa: apresentação de texto, sem anexos, em no máximo 2 (duas) laudas com 30 linhas, na forma do subitem 3.1.2.4, constituída de:

Texto em que a empresa concorrente se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da RSE. A empresa apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação apresentados no Briefing (Anexo I) e demonstrem sua harmonia com temática e o conceito apresentados em sua estratégia de comunicação publicitária e ainda, de acordo com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças narrados são limitados a 6 (seis), independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. As peças gráficas deverão ser apresentadas, caso estejam impressas, no máximo, no formato A3 (297mm x 420mm).

1. **Remuneração e formas de pagamento:**
   1. O valor da Campanha para a empresa ganhadora será de R$ 50.000,00 e será efetuado em duas parcelas de R$ 25.000, 00 nas datas: 25/5/2016 e 25/06/2016.
   2. O pagamento será realizado, mediante a apresentação e entrega e aceitação de todas as artes, em mídias digitais de arquivo aberto e com todas as indicações de fontes e detalhes da criação, no prazo determinado pela RSE.
2. **Método de escolha da campanha publicitária:**
   1. A campanha publicitária eleita para o objetivo deste edital será a que obtiver a maior votação da comissão.
   2. O voto é secreto e será recolhido em cédulas de papel, sem a identificação do votante.
   3. É inadmissível recurso contra o resultado da votação.
   4. Serão divulgados os resultados na votação de todos os participantes, em percentual de votos.
3. **Esclarecimentos:** 
   1. A empresa concorrente assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o ANUNCIANTE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo de concorrência.
   2. O manual de identidade visual com as fontes, cores e logo da RSE será disponibilizado assim que a empresa entregar a ficha de inscrição.
   3. A empresa vencedora da Campanha cede todos os direitos de criação para a Rede Salesiana de Escolas, que ficará como proprietária de todas as peças e artes, podendo utilizá-las, modificá-las e alterá-las conforme o seu interesse.