

Deve ser usada como check-list, colocando-se na perspectiva do patrocinador.

Objetivos	Nenhuma adequação	Alguma adequação	Muita adequação
<b>Possibilitar a comunicação/ interação com o público</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação do público-alvo.....</li> <li>• Potencial de público total.....</li> <li>• Diferenciação da concorrência.....</li> <li>• Época de realização.....</li> <li>• Linguagem/tema abordado.....</li> </ul>			
<b>Criar/ Manter relações com a comunidade (responsabilidade social)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adequação do público alvo.....</li> <li>• Flexibilidade (adaptação do projecto).....</li> <li>• Possibilidade de reedição.....</li> <li>• Contributo social .....</li> </ul>			
<b>Reforçar/ melhorar a imagem corporativa ou da marca</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adequação à estratégia de comunicação institucional.....</li> <li>• Diferenciação da concorrência.....</li> <li>• Adequação à actividade e aos valores da marca/ empresa.....</li> </ul>			
<b>Manter ou aumentar o conhecimento da marca ou da empresa (notoriedade)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencial mediático.....</li> <li>• Exclusividade .....</li> <li>• Diferenciação da concorrência.....</li> <li>• Variedade de meios e suportes utilizados (plano de comunicação).....</li> </ul>			
<b>Reforçar o Mix de Comunicação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinergia com campanhas de publicidade.....</li> <li>• Sinergia com relações públicas.....</li> <li>• Sinergia com promoções.....</li> <li>• Sinergia com lançamento de produtos .....</li> </ul>			
<b>Contribuir para o Endo-marketing (marketing interno)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envolve os colaboradores da empresa .....</li> <li>• Motiva os colaboradores da empresa.....</li> <li>• Contribui para a Criatividade e/ou Inovação da empresa/ organização .....</li> </ul>			
<b>Critérios relativos à proposta apresentada</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade de gestão e execução do projecto.....</li> <li>• Êxito potencial do projecto.....</li> <li>• Adequação e interesse das contrapartidas.....</li> <li>• Clareza na apresentação da proposta.....</li> <li>• Vantagem comparativa de investimento face a outras ferramentas de comunicação (publicidade, promoções, marketing desportivo, etc..).....</li> <li>• Possibilidades gerais de Retorno do Investimento .....</li> </ul>			
<b>TOTAIS &gt;</b>			