

113355.545553
2665.650000
515113355.545553
13548882565.650000

13548882565.650000



Regulamento 2025

SÓ HÁ UMA
MANEIRA DE
CONSEGUIR
ACESSO MAIS
RÁPIDO
AO MERCADO.

**EFFIE COLLEGE
BRASIL**



effie COLLEGE
BRASIL

Baseado no concurso Effie Awards Brasil e Collegiate Effie USA, este programa busca dar oportunidade às equipes participantes de trabalhar com briefings e necessidades reais que representam verdadeiros desafios nas áreas de Comunicação e Marketing.

É esperado das equipes participantes que pensem e atuem como profissionais de marketing e comunicação durante o desenvolvimento de uma solução estratégica, criativa e potencialmente efetiva para o desafio proposto pelas marcas participantes do programa.

Prazos e Datas

Atividade:

Inscrições das equipes

Envio do documento com briefing para equipes

Apresentação dos briefings (via Streaming)

DEADLINE para envio dos trabalhos

Divulgação do Shortlist

Divulgação dos Finalistas

Apresentação dos Finalistas para os Clientes

Divulgação do Vencedores

Cerimônia de Premiação

Período:

01 a 11 de agosto

12 de agosto

13 e 15 de agosto

15 de setembro

21 de outubro

23 de outubro

28 e 29 de outubro

30 de outubro

18 de novembro

Quem pode participar

Poderão participar gratuitamente estudantes (alunos regulares ou estrangeiros que possuam visto de estudante vigente) do quinto semestre em diante, das áreas de Comunicação e Administração de qualquer uma das instituições de ensino superior conveniadas com o Meio & Mensagem. O Effie College está aberto a todas as universidades brasileiras.

Para conveniar sua instituição a participar desta competição envie um e-mail para effiebrasil@grupomm.com.br. NÃO É COBRADO QUALQUER TIPO DE TAXA PARA ESTE CONVÊNIO. As universidades já conveniadas podem ser consultadas em www.effiecollege.com.br/universidades-participantes.

Não é permitido, no desafio específico de uma marca, a participação de nenhum tutor acadêmico ou aluno que tenha vínculo com as respectivas marcas e/ou suas agências e com empresas concorrentes (Isto, entretanto, não impede a participação no desafio de outra marca do concurso).

Cada estudante poderá participar de apenas 1 (uma) equipe de trabalho de sua Universidade.
Cada Instituição de ensino participante deverá indicar ao menos 1 (uma) equipe por categoria.

Regras de Inscrição

1. Para participar, as equipes deverão ter no mínimo 3 (três) e no máximo 4 (quatro) integrantes. É obrigatória a supervisão de um tutor acadêmico da mesma instituição dos participantes.
2. Cada grupo deve indicar entre seus integrantes um aluno que será o porta voz e responsável pela inscrição de seu grupo. A comunicação da organização com o grupo será feita através deste integrante.
3. A inscrição deve ser realizada através do preenchimento do formulário de participação disponível em www.effiecollege.com.br até o dia **11/08 às 12h**.
4. A Organização, se reserva o direito de alterar uma inscrição de categoria se julgar mais adequado. Isto será feito sempre com o objetivo de melhor adequar o equilíbrio entre a quantidade de equipes disputando em um mesmo desafio.
5. É obrigatório a “presença” de pelo menos 1 (um) integrante de cada grupo na apresentação do briefing das empresas, que será realizado via streaming dias **13 e 15 de agosto** em horário posteriormente divulgado no site do concurso. Caso não seja possível o acesso ao site no horário especificado, o grupo deverá comunicar antecipadamente a organização do evento sobre as razões, considerando que ficará a critério da organização manter a participação da equipe no desafio.

***Recomendamos que o tutor de cada grupo também participe da apresentação do briefing.**

6. Entre os dias **13 de agosto e 15 de setembro**, cada grupo deverá responder ao questionário, inserir as peças finais e o formulário de responsabilidade, assinado por todos os integrantes e tutor do grupo, através do sistema do concurso.
7. O Effie College é uma competição anônima, portanto não coloque o nome da universidade e/ou logo nos materiais criativos que serão vistos pelos jurados. Isto desclassificará a inscrição.
8. Uma vez finalizada a inscrição dentro do sistema, qualquer solicitação de alteração de equipe será analisada pela organização.

Será motivo de desclassificação o não cumprimento das normas/instruções contidas neste documento.

Categorias

Cada marca representará uma categoria, e cada Instituição de Ensino deverá indicar ao menos uma equipe por categoria. No momento da inscrição da equipe, será possível indicar a primeira e segunda opção do grupo entre os desafios apresentados, assim como assinalar impedimento de participação em algum desafio.

Tutor

A participação do tutor será exclusivamente de supervisão; de nenhuma maneira deverá entregar conteúdos próprios às equipes.

Recomendamos que o tutor acesse o link com o briefing para facilitar a orientação dos alunos.

Um mesmo professor poderá ser tutor de mais de um grupo na mesma Universidade.

Critérios de Avaliação

Cada case será avaliado de acordo com os critérios abaixo:

- Estratégia, Insight e Objetivo: 25%
- Criatividade: 25%
- Execução da Ideia: 25%
- Metodologia de Medição de Resultados: 25%

Fases e Procedimentos

INSCRIÇÃO DE EQUIPES E RESPONSÁVEIS

Cada grupo deverá ter um aluno que será o porta voz e responsável pela inscrição de seu grupo. Cada Universidade deverá indicar ao menos 1 equipe para cada marca.

A inscrição deve ser realizada através de preenchimento do formulário de participação disponível em www.efficollege.com.br entre os dias **01 a 11 de agosto de 2025**.

BRIEFING DA MARCA

Será realizada uma apresentação via streaming, dias **13 e 15 de agosto**, onde profissionais da equipe de marketing do cliente apresentarão o briefing da categoria.

As equipes devem aproveitar esse momento para sanar qualquer dúvida a respeito do briefing escrito, recebido dias antes por e-mail.

DESENVOLVIMENTO E ENTREGA DO TRABALHO

A entrega de todo o material deve ser feita via sistema no máximo até o dia **15 de setembro das 2025 às 23h50**.

PRIMEIRO ROUND - ESCOLHA DE SHORTLIST

O primeiro round do Effie College Brasil é realizado de forma online. Divididos em grupos de jurados por marca, que avaliam cada quesito (Estratégia, criatividade, execução e Metodologia de medição de resultados) com uma nota de 11 a 100.

Os trabalhos são analisados individualmente e os que obtiverem pontuação alta o suficiente tornam-se shortlist e passam para o segundo round.

A lista de trabalhos aprovados para o segundo round será divulgada em **21 de outubro** através do site do concurso.

SEGUNDO ROUND - ESCOLHA DOS FINALISTAS

Haverá um júri para cada categoria/desafio, composto por um grupo experiente e multidisciplinar de profissionais da indústria da comunicação e marketing, convidados pelo Meio & Mensagem, e por representantes da marca que propôs o desafio.

Nesta fase a avaliação de cada trabalho segue o seguinte processo: Os jurados começam sempre com um tempo para leitura do trabalho. Somente depois assistem a apresentação do material criativo (que pode ser em vídeo ou em pdf), e então abre-se para discussão. Quando todos sentem-se devidamente informados e preparados, cada jurado registra sua nota individual para cada um dos quatro quesitos.

Os jurados poderão eliminar um case se considerarem que o mesmo não cumpre com este regulamento.

A organização tabulará as notas, e as 3 equipes com maiores notas, desde que atingindo um índice mínimo, serão declaradas finalistas.

Os finalistas serão comunicados por e-mail e publicados no site do concurso, em **30 de outubro**.

APRESENTAÇÃO AO CLIENTE E ESCOLHA DOS GANHADORES

Os finalistas deverão apresentar seu trabalho **remotamente** à equipe de marketing do cliente no dia **28 e 29 de outubro**.

O cliente irá analisar e escolher o vencedor. Estes serão publicados no site do concurso, em **30 de outubro**.

CERIMÔNIA DE PREMIAÇÃO

Os prêmios do Effie College serão entregues na cerimônia de premiação do Effie Awards Brasil, no dia **18 de novembro de 2025**. Somente os grupos vencedores de cada categoria participarão receberão convites para participar da cerimônia.

Premiação

Os vencedores serão comunicados e poderão participar da premiação Effie Awards Brasil 2025 em 18 de novembro, onde também serão conhecidos os vencedores da premiação profissional no Brasil. Neste evento as equipes vencedoras serão convidadas a subir ao palco e receberão um certificado para cada participante do grupo e uma placa comemorativa para a universidade.

Os trabalhos vencedores serão publicados em um book que consolida e apresenta todos os vencedores do Effie Awards Brasil, com entrega a todos os assinantes do jornal Meio & Mensagem e estudantes participantes do concurso.

Prêmios

FINALISTAS

Serão eleitos no máximo 3 grupos finalistas em cada categoria. A cada equipe finalista e tutor será entregue um certificado de finalista.

GANHADORES

As equipes ganhadoras do Effie College Brasil de cada categoria participarão da Cerimônia de Premiação Effie Awards Brasil, onde serão entregues os certificados aos vencedores e ao tutor e uma placa para a universidade.

Informações Importantes

1. Todas as informações sobre o trabalho devem ser respondidas dentro do questionário no sistema de inscrição. Só serão aceitos anexos com a parte criativa do trabalho.

2. **A assinatura do tutor e dos alunos no formulário de responsabilidade é obrigatória e declara:**
 - a) Que aceitam todos os termos contidos no documento das regras/instruções do concurso.
 - b) Que todo o conteúdo do case é de autoria e desenvolvimento exclusivo do grupo de alunos participantes da equipe.
 - c) Que toda a informação recebida por parte das marcas, tanto o briefing escrito quanto o briefing via streaming ou qualquer outra informação, serão utilizados somente para fins acadêmicos, assegurando a confidencialidade absoluta dessas informações.
 - d) O tutor e os alunos declaram, também, não terem vínculo nenhum com a marca associada ao desafio que escolheram participar, seus concorrentes diretos, e/ou suas agências.
 - e) Ao assinarem o formulário de responsabilidade os participantes cedem e transferem todos os direitos de autoria e correlatos, o uso de imagem pessoal, ou de qualquer outro tipo de direito que correspondem ou possam corresponder a conceitos, estratégias e campanhas de comunicação ou publicidade e/ou qualquer conteúdo do formulário de participação, do vídeo anexo e/ou outros anexos apresentados para o concurso, para as empresas participantes e para o Meio & Mensagem, para que sejam utilizadas da forma que lhes interessar.
 - f) No caso de não cumprimento dessas cláusulas e/ou regras do concurso, a equipe participante será desclassificada imediatamente sem direito a qualquer tipo de retratação ou reconsideração.

3. Ocorrendo algum fato não previsto no presente regulamento, o Meio & Mensagem poderá, a qualquer momento, alterar, acrescentar ou excluir regras, considerando que todas as modificações serão publicadas no site do concurso e, também, serão comunicadas aos inscritos, via e-mail.

Instruções para envio de peças

Leia todas as instruções abaixo para o correto envio das peças que compõem a campanha. Todos os itens são obrigatórios.

1) Materiais criativos, optando por **apenas uma** das seguintes alternativas de formato.

a. **Vídeo**: vídeo de apresentação com no máximo 3 minutos, contendo as peças criativas que ilustrem a campanha.

OU

b. **PDF**: Arquivo em powerpoint fechado em PDF, com até 25 slides, contendo apenas as peças criativas exibidas em sequência.

Atenção: Não é permitido identificar a universidade ou inserir músicas com direitos autorais, caso contrário o mesmo não será exibido aos jurados.

Lembramos que o objetivo destes materiais é apenas ilustrar e apoiar o case para que os jurados possam visualizar e avaliar melhor os aspectos criativos da campanha proposta.

Durante a sessão de julgamento o júri irá primeiro ler as respostas ao questionário do sistema e somente após isso assistir as peças criativas. Portanto, não é necessário repetir neste material o que já consta no questionário.

2) Logo da universidade no formato .pdf (Deverá subir como material para divulgação/administração)

3) Formulário de responsabilidade: Deverá conter assinatura de todos os membros da equipe e do tutor responsável por esta. (Deverá ser digitalizado e subir como material para divulgação/administração)

4) Foto de toda equipe: Foto em grupo (sem o tutor) que poderá ser utilizada para divulgação dos finalistas e vencedores. (Deverá subir como material para divulgação/administração)

Os limites de peso dos arquivos que deverão ser enviados via upload pelo site são:

1. Filmes: 120MB (*.mp4). com no máximo 3 minutos.
2. Arquivos/imagens: 6MB (*.pdf ou jpg)

CONTATOS

E-mail:

effiebrasil@grupomm.com.br

WhatsApp e telefone: 011 97147-2118

Effie College Brasil é organizado por Meio & Mensagem, localizado na Rua Catequese, 227 – Butantã – CEP 05502-020 – São Paulo/SP, que opera sob a licença de Effie Worldwide para sua marca registrada Effie no Brasil.

Modelo da Ficha de Inscrição

Identificação da Inscrição

Marca Preferida:	<i>Informe a marca do case que o grupo gostaria de trabalhar</i>
Marca Alternativa:	<i>Informe uma segunda opção de marca para o case que o grupo gostaria de trabalhar</i>
Título do case:	<i>Nome do trabalho que será utilizado para divulgação. 35 caracteres. Não pode conter o nome da Universidade.</i>
Instituição de ensino:	
Semestre cursando:	

Tutor responsável pela orientação:	
Nome:	
E-mail:	
Celular:	

Aluno responsável pela inscrição:					
Nome:					
E-mail:					
Celular:					
Endereço:		Número:		Complemento:	
Bairro:					
Cidade:		Estado:		CEP:	

Equipe

Informe abaixo até 3 outros membros de sua equipe.

Atenção: Nenhum dado abaixo poderá ser alterado após a divulgação dos finalistas.

Tutor (Já virá preenchido, apenas confirmar)

Nome:	
Email:	
Celular:	

Aluno 1 (Já virá preenchido, apenas confirmar)

Nome:	
Email:	
Celular:	

Aluno 2

Nome:	
Email:	
Celular:	

Aluno 3

Nome:	
Email:	
Celular:	

Aluno 4 (Opcional)

Nome:	
Email:	
Celular:	

Etapa 1 – Sumário Executivo

Por que esta é a melhor solução para o desafio de marketing apresentado? O que torna o trabalho da sua equipe digno de ser apresentado à equipe de marketing da marca?

Fornecer resposta em 700 caracteres com espaços ou menos.

Etapa 2 – Estratégia: Desafio, Contexto e Objetivos

Os jurados irão avaliar se eles têm o contexto necessário sobre a indústria, concorrentes, e marca, a fim de compreender seu trabalho e o tamanho do seu desafio. Os participantes são incentivados a ir além de replicar as informações fornecidas no briefing pelo cliente.

2A. Quais são os desafios e oportunidades específicas que a marca enfrenta? Forneça informações sobre a categoria, mercado, marca, ambiente competitivo, produto e/ou serviço, principal concorrente, benchmarks etc.

1900 caracteres com espaços

Dicas:

-  Forneça contexto sobre o grau de dificuldade deste desafio.
-  Tenha em mente os jurados podem não estar familiarizados com a indústria da marca. Este contexto é fundamental para os jurados entenderem o seu grau de dificuldade.

2B. Defina o público que você pretende alcançar. Descreva-os usando dados demográficos, psicográficos, culturais, etc. Explique se o seu alvo é um público atual, um novo público, ou ambos.

1200 caracteres com espaços

Dicas:

-  Explique por que esse é o público que você está tentando alcançar. Por que este público é importante para a marca e para o crescimento dos negócios da marca?
-  Descreva as suas atitudes, emoções, comportamentos, cultura, etc. - não é apenas uma definição demográfica.
-  Os Jurados querem entender quem é o público e o que faz a sua ideia a maneira perfeita para alcançá-los.

<p>2C. Quais são os seus objetivos mensuráveis, e por que são importantes para a marca? Quais são os indicadores chave de desempenho (KPIs) de seus objetivos?</p> <p>Seu trabalho pode ter um ou todos os seguintes objetivos: A. Negócios, B. Comportamental, C. perceptivos e atitudinais.</p> <p><i>1200 caracteres com espaços</i></p>	<p>Dicas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Os objetivos devem alinhar-se com a ideia, meios de comunicação, e os resultados desejados.  Mencione os objetivos quantificáveis, comportamentais, perceptivos e atitudinais (ex: share de mercado, metas de vendas, awareness, posicionamento e percepção de marca, etc.).  Se não havia objetivos quantificáveis, deixe claro este fato e explique por quê. Descreva como você irá medir seus KPIs.  Seja conciso e direto, focado em enfrentar o desafio.
<p>2D. Fontes:</p> <p>Você deve fornecer uma fonte para todos os dados e fatos das perguntas anteriores.</p> <p>Identifique a qual questão a fonte se refere.</p> <p><i>800 caracteres com espaços</i></p>	<p>Dicas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Incentivamos o uso de dados de terceiros, quando disponíveis.  Todos os dados, alegações, fatos, etc. incluídos em qualquer parte do formulário de inscrição devem possuir uma fonte específica e verificável. Inscrições que não contenham origem dos dados podem ser desclassificadas.  Não inclua nome da universidade na fonte de pesquisa.

Etapa 3

Criatividade: Insights e ideias

Esta seção serve para explicar o seu processo estratégico para os jurados. Os jurados irão avaliar o quão criativas e eficazes a ideia e estratégia são para enfrentar o desafio de comunicação.

<p>3A. Qual foi o insight que levou a sua grande ideia? Quais observações o levaram a este insight.</p> <p>Algumas ideias vêm de pesquisa, dados e análises. Outros vêm de inspiração.</p> <p><i>1500 caracteres com espaços</i></p>	<p>Dicas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Explique como você chegou ao seu insight. Inclua como os comportamentos do seu público e/ou a situação dos negócios levou a insights únicos e como essas percepções ajudaram em sua ideia estratégica.
<p>3B. Em uma frase, defina sua grande ideia estratégica. Qual é a ideia central que irá conduzir sua estratégia de comunicação?</p> <p><i>200 caracteres com espaços</i></p>	<p>Dicas:</p> <ul style="list-style-type: none">  Certifique-se de não repetir os objetivos.  Qual é o cerne deste trabalho? A grande ideia não é a execução ou slogan.

3C. Fontes:

Você deve fornecer uma fonte para todos os dados e fatos das perguntas anteriores.

Identifique a qual questão a fonte se refere.

800 caracteres com espaços

Dicas:

-  Incentivamos o uso de dados de terceiros, quando disponíveis.
-  Todos os dados, alegações, fatos, etc. incluídos em qualquer parte do formulário de inscrição devem possuir uma fonte específica e verificável. Inscrições que não contenham origem dos dados podem ser desclassificadas.
-  Não inclua nome da universidade na fonte de pesquisa.

Etapa 4 –

Execução: Trazendo a ideia à vida

Esta seção diz respeito a como e onde você colocará sua ideia em prática - incluindo o criativo, as estratégias de comunicação e mídia e o próprio trabalho. Os jurados irão pontuar esta seção com base nas informações que você fornecer e no trabalho criativo apresentado no vídeo ou pdf de apresentação do case.

4A. Comunicação e estratégia de mídia: Como você trará sua ideia à vida?

Descreva e justifique sua ideia e estratégia de comunicação, incluindo a lógica por trás de sua escolha de canais principais.

2500 caracteres

Dicas:

-  Explique a ideia criativa e sua estratégia global de comunicação que nasceram dos insights e desafio estratégico descrito anteriormente.
-  Diga aos jurados como e por quais meios você trará a ideia à vida e porque você escolheu esses canais. Por que suas escolhas de canal e estratégia de mídia são certas para o seu público e ideias? Por que você escolheu certos canais e não outros? Como seus elementos de comunicação trabalham juntos?

4B. Alocação de verba:

Descreva o investimento em mídia, colocando ao final o valor total bruto previsto.

1200 caracteres

4C. Fontes:

Você deve fornecer uma fonte para todos os dados e fatos das perguntas anteriores.

Identifique a qual questão a fonte se refere.

800 caracteres com espaços

Dicas:

-  Incentivamos o uso de dados de terceiros, quando disponíveis.
-  Todos os dados, alegações, fatos, etc. incluídos em qualquer parte do formulário de inscrição devem possuir uma fonte específica e verificável. Inscrições que não contenham origem dos dados podem ser desclassificadas.
-  Não inclua nome da universidade na fonte de pesquisa.

Etapa 5 –

Metodologia de medição de resultados

Certifique-se explicar o significado de seus resultados no que se refere aos negócios da sua marca. Alinhe os resultados com os objetivos delineados na etapa 2.

5A. Metodologia de medição:

Identifique a metodologia de medição que será utilizada para determinar resultados. Consulte as respostas para as perguntas na etapa 2. Certifique-se de abordar cada objetivo.

1500 caracteres com espaços

Dicas:

-  Como você vai medir os resultados? É preciso haver uma forma de avaliar a eficácia da campanha contra os objetivos fixados usando parâmetros mensuráveis.

5B. Quais são os potenciais resultados positivos e/ou negativos?

1500 caracteres com espaços

Dicas:

-  Se você apontar um potencial impacto negativo da campanha (que é honesto e bom), você também deve fornecer uma solução para superá-lo.

5C. Fontes:

Você deve fornecer uma fonte para todos os dados e fatos das perguntas anteriores.

Identifique a qual questão a fonte se refere.

800 caracteres com espaços

Dicas:

-  Incentivamos o uso de dados de terceiros, quando disponíveis.
-  Todos os dados, alegações, fatos, etc. incluídos em qualquer parte do formulário de inscrição devem possuir uma fonte específica e verificável. Inscrições que não contenham origem dos dados podem ser desclassificadas.
-  Não inclua nome da universidade na fonte de pesquisa.

Etapa 6 – Divulgação

6A. Insira um resumo do seu trabalho para divulgação publicitária.

Este será inserido no Book dos vencedores e poderá ser utilizado em outras divulgações.

Entre 1600 e 2600 caracteres com espaços.

Dicas:

- 👉 Apresente aqui, de forma clara um resumo completo do trabalho contendo informações sobre o desafio, objetivo, grande ideia, estratégias e resultados que possam ser usados no texto para divulgação do case vencedor.

Material para avaliação/julgamento

Você deverá inserir o vídeo de apresentação com no máximo 120MB e 3 minutos ou o arquivo powerpoint em PDF com até 25 slides e 6MB.

FAZER UPLOAD DE ARQUIVOS

Dicas:

- 👉 Faça upload do seu trabalho criativo para que os jurados tenham uma visão melhor da sua proposta de campanha.
- 👉 Não insira grandes textos que prejudiquem sua avaliação. Lembre-se que os jurados já terão lido suas respostas ao questionário. Sugerimos que seja no máximo 500 caracteres em um mesmo slide.
- 👉 Este material deve exemplificar a execução da sua ideia e não retomar os pontos preenchidos no questionário.

Material para Divulgação/Administração

Você deverá inserir o logo da universidade, formulário de responsabilidade e foto de toda a equipe em .jpg ou .pdf com no máximo 6MB.

FAZER UPLOAD DE ARQUIVOS

Dicas:

- 👉 Certifique-se de enviar todos os itens obrigatórios.
- 👉 Inscrições com itens faltando poderão ser desclassificadas.