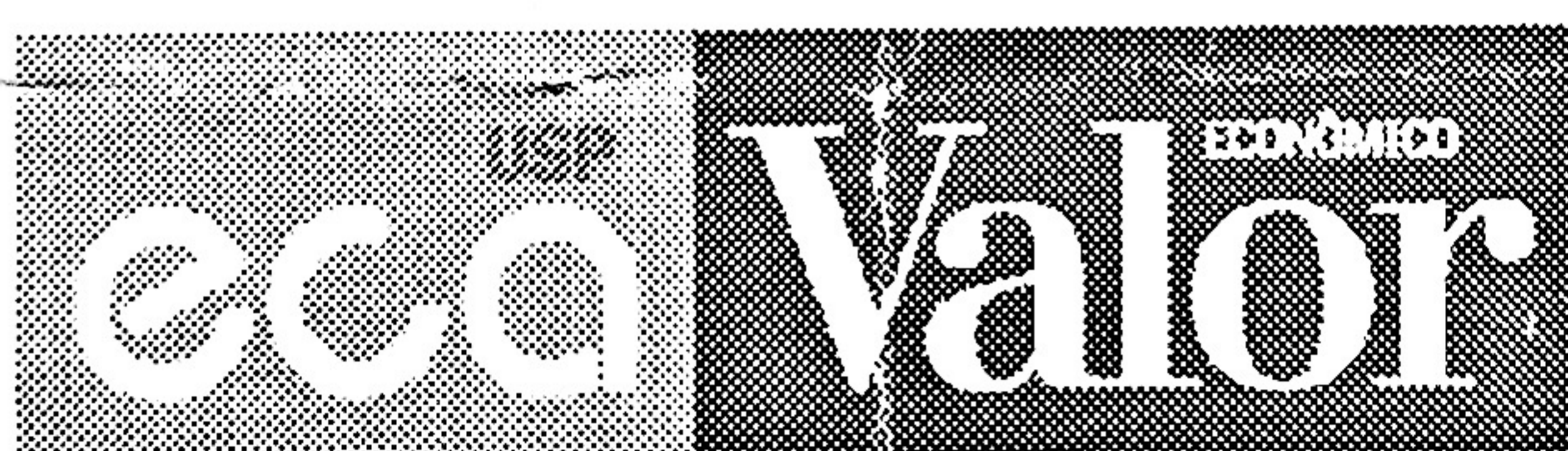

PRÊMIO
COMUNICAÇÃO
DE VALOR

2003



Realização: ECA-USP

Valor Econômico

PRÊMIO COMUNICAÇÃO DE VALOR 2003

O Prêmio "Comunicação de Valor" foi instituído em 2001 por iniciativa da **Escola de Comunicações e Artes da USP** e do **Jornal Valor Econômico**. São seus objetivos valorizar nas empresas as realizações no campo da comunicação corporativa e reconhecer ações e profissionais destacados.

O Prêmio conta com duas categorias:

Categoria 1 - Profissional de "Comunicação de Valor": destina-se aos profissionais que participaram de projetos inovadores de sucesso na área da Comunicação Corporativa, contribuíram para o fortalecimento da categoria, exerceram influência sobre os seus pares e, por isso, foram e são referenciais face à trajetória profissional.

Categoria 2 - Campanha de "Comunicação de Valor": destina-se às ações de Comunicação Corporativa empreendidas pelas empresas por meio do uso de várias ferramentas de comunicação, cujos resultados foram de sucesso.

Os profissionais vencedores da Categoria 1 nos anos 2001/2 foram:

- 2001: **Walter Nori**
- 2002: **Miguel Jorge**

As campanhas vencedoras da Categoria 2 nos anos 2001/2 foram:

- 2001:

"50 Anos da Via Dutra e 5 Anos da Nova Dutra"

Empresa: Nova Dutra - Concessionária da Rodovia Presidente Dutra S.A.

- 2002:

"Campanha UAU - A retomada da Ford no Brasil"

Empresa: Ford

Nesta terceira edição do Prêmio, os finalistas das duas categorias são:

Categoria 1 - Profissional de "Comunicação de Valor": (em ordem alfabética)

- Carla Coelho
- Renato Gasparetto
- Ricardo Kotscho
- Rodolfo Guttilla
- Rosângela Santos Coelho

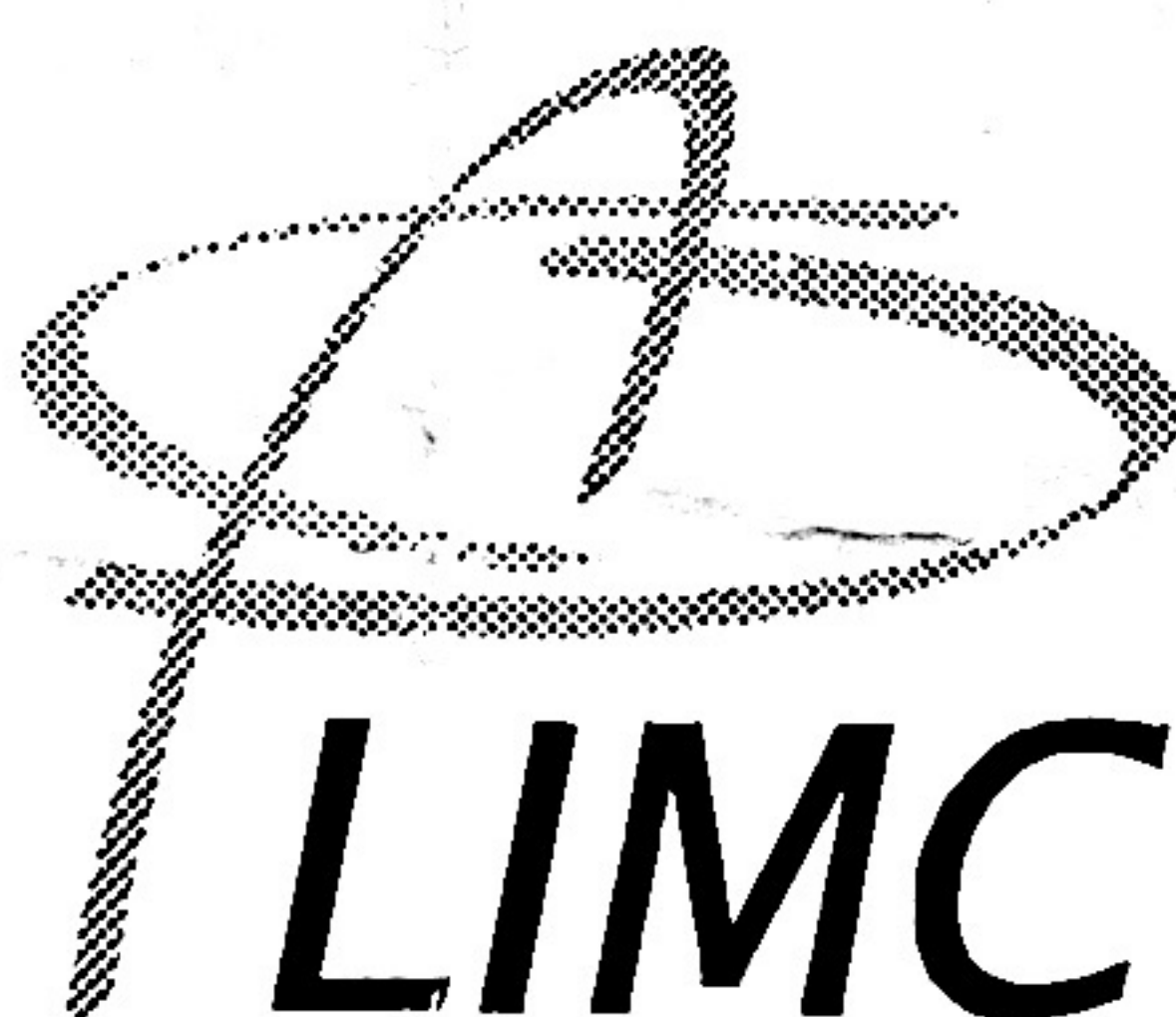
Categoria 2 - Campanha de "Comunicação de Valor": (em ordem alfabética)

- "BUNGE - Cuidando de tudo pra você"
Empresa: BUNGE
- "O nosso Brasil que vale"
Empresa: COMPANHIA VALE DO RIO DOCE
- "O Brasil dos meus olhos"
Empresa: FIAT
- "Programa de Relacionamento Star One Partners"
Empresa: STAR ONE
- "VIVO - Lançamento da nova marca"
Empresa: VIVO

USP

CCA

Valor


LIMC

Laboratório Integrado
de Marketing e Cultura

Apoio:


IBGM