

IMPETU

Año 19, n. 227, marzo 1953

Contenido:

- El mercado favorece a los compradores
- El descuento por pronto pago, "Un poco que significa mucho", por Ramón Martín Troncoso, Jefe de publicidad de Clarín
- La importancia de los tamaños en el "layout"
- John Smith, "Contact man", por Alfredo Felix Herrero de Eter Publicidad
- ¿Para qué avisar?
- El cigarrillo y la propaganda
- Buenas Campañas: "Flota Argentina de Navegación de Ultramar" (ex líneas Dodero) por la agencia Eter Publicidad
- Actualidad propagandística: Municiones de poco calibre (Entrega V), por Alejandro Low
- Publicidad científica, por Claude Hopkins. Editado en 1927 y reeditado en 21 capítulos es considerado un clásico de la literatura especializada en propaganda. Capítulo III - Ofrezca beneficios
- Una buena lámina no es un buen almanaque
- Las demostradoras en los comerciales de video