

IMPETU

Año 28, n. 327, octubre 1961

Contenido:

- La verdad bien avalada
- Elementos fundamentales de la investigación de medios ("media research") Parte 8
- Problema principal: sentido de la responsabilidad
- El origen de las malas campañas de publicidad
- Gotas publicitarias - Dulces y Amargas. Tercera etapa: V, por Alejandro Low
- El texto ¿aprovecha o no la oportunidad de lectura?
- Los 10 preceptos de Brown
- Tabla: Tres años en cifras. Datos estadísticos: Cómo se distribuyó el centimetraje de publicidad en diarios y revistas entre 1958 y 1960
- Los avisos del mes (cocinas para camping Longvie, mezclas Exquisita, cerveza Bieckert, medias Evelina)