

IMPETU

Año 1, n. 2, julio 1933

Contenido:

- Itinerario: Nueva York, Berlín, Moscú. Crisis política y crisis económica. Una entrevista con el Dr. Enrique Gil, Vice-Presidente del Instituto Cultural Argentino Norteamericano
- El dibujo cómico en la publicidad
- ¿Qué valor tiene un afiche?
- El mercado de un producto: factores de importancia que deben determinarse al efectuar un análisis del mismo. Investigación como fuente del texto de propaganda
- Tabla: Broadcastings Argentinas: Un detalle completo de todas las transmisoras radiotelefónicas del país en orden de la frecuencia
- La creación de productos nuevos y mejores acelerará el resurgimiento económico. El valor de las investigaciones
- Tendencias actuales de la propaganda. Opiniones de destacados banqueros norteamericanos, extractadas de "Index", que publica The New York Trust Company
- "Respuestas postales pagadas": un importante servicio postal poco conocido
- La revista interna fomenta las ventas, por el Sr. J. Hays Bell de J. Hoys Bell y Cía
- Cómo se planea un catálogo, por el Sr. John Russo, Gerente del New York Studios
- ¿Qué hacen sus vendedores?: seis tareas que podrían asignárseles durante las horas libres
- ¿Se puede economizar en el fotograbado?
- El aviso chico v. la página entera
- Haciendo las vidrieras más eficaces. Una experiencia que aumentó del jabón "El Gaucho"
- Aclarando el misterio del rotograbado. Preguntas y respuestas acerca de un proceso de impresión gráfica poco comprendido (2ª parte)

Estudios de Avisos extraídos de la prensa local:

- El Aviso Recordatorio
- El Aviso Argumentado
- El Testimonio en el Aviso