

IMPETU

Año 1, n. 3, agosto 1933

Contenido:

- ¿Dónde está nuestra imaginación latina?
- ¿Por qué perder interesados? La importancia de la publicidad directa como medio para retener la clientela de un negocio
- 3000 corresponsales para un anuario. Una breve reseña histórica de la creación, difusión y arraigo del "Anuario Kraft"
- Atrayendo con lo negativo. Algunas consideraciones sobre la eficacia de los textos e ilustraciones negativos en los anuncios
- El siglo de vida puede venderse en gran escala. La Metropolitan Life Insurance Company mediante una inteligente campaña de propaganda desenvuelta en los últimos 11 años, ha llegado a ocupar un puesto predominante en ese ramo de actividades
- La prensa Mediterránea: su estancia como medio de propaganda, por Sr. J. W. Agusti, director del diario "Córdoba" de Córdoba
- ¿Cuántos adjuntos en in solo sobre? Mediante inteligentes ensayos se logrará determinar su número, de acuerdo con la conveniencia de cada firma comercial
- Ética de la publicidad, por el Prof. S. Helman, administrador del "Boletín Sanitario"
- La confianza del consumidor: un capital descuidado en la venta
- La fotografía sin retocar: algunas consideraciones acerca de una nueva tendencia en el procedimiento ilustrativo
- Quieren recuperar los pasajeros. Los ferrocarriles estadounidenses invierten anualmente en propaganda 15.000.000 de dólares
- La revista especializada, por Sr. Walter Hylton Scott, director de "Casas y Jardines"
- El lugar de la propaganda en el proceso de vender un producto (de "Advertising World")
- Tabla: Mendoza: el centro comercial de Cuyo
- Aumentado la venta callejera

Estudios de Avisos extraídos de la prensa local:

- Lo Cómico en el Aviso
- La Fotografía en el Aviso

