

IMPETU

Año 3, n. 5, enero 1936

Contenido:

- Puso un "chirrido" en la propaganda
- Partió Russell Pierce, animador de la publicidad argentina
- Cómo una compañía industrial resolvió, con excelentes resultados, su organización de venta y publicidad, por Sr. Luis E. Pastoriza (continuación)
- La nueva campaña de Villavicencio. Consigue "efectividad" a base de claridad y sencillez en los diagramas de los avisos
- Cómo se puede garantizar la aptitud de los productos farmacéuticos. Lo que es la Comisión de Productos Alimenticios de la Asociación Médica Norteamericana
- Cafiaspirina utiliza un nuevo medio de propaganda aérea. Avión con altoparlantes
- ¿Es flor de un día la propaganda?
- Los 2 mejores avisos del mes
- "Entiendo que lo que se ve, tiene una impresión más duradera que lo que de oye". Jugosa entrevista con el Señor Francisco Vila, Presidente de la Compañía de Lámparas Eléctricas Ultramar. El humor elegante de la publicidad inglesa. Una visión económica del país a través de sus industrias.
- Suma y Sigue... (Epidemia de los plagios en la publicidad)
- Las máquinas tabuladoras en la organización de ventas, por el Sr. Alejandro R. Sektman de la Internacional Business Machine C.
- Digesto mensual de Economía y Finanzas