

IMPETU

Año 17, n. 187, febrero 1950

Contenido:

- ¿Traficante de espacios decorados o profesional de la publicidad?
- El producto debe estar ubicado en el lugar del negocio donde la compradora espera encontrarlo.
Artículo IV de una serie extractada de "Factores vitales para promover ventas en el lugar de la compra", por Frank L. Mc Kibbin
- ¿Aumenta la eficacia del aviso el "espacio blanco"?
- La técnica extranjera en las vidrieras
- Don Carlos Aloé: nuestros editores
- El más importante contrato publicitario en la historia de la radiotelefonía argentina
- Las revistas y los diarios del interior mantuvieron su volumen publicitario (tablas y gráficos)