

# IMPETU

**Año 18, n. 199, enero 1951**

***Contenido:***

- Cómo encaran en los EE. UU. los problemas de la ética publicitaria
- La importancia del tamaño de los avisos en revistas. Análisis del valor atencional de los distintos espacios publicitarios
- Qué venderemos mañana? Un análisis sobre la evolución de las referencias del público norteamericano
- Buenas campañas: Jabón Lux realizada por la Agencia Lintas
- ¿Qué se le ocurre para esta campaña? Si su cliente te pide un plan publicitario para el lanzamiento de un nuevo perfume...
- Qué, para quién, dónde y cuándo en publicidad
- Los Almanques para el año 1951
- Siete reglas publicitarias. "No trate de adivinar; guíese por métodos científicos"