

IMPETU

Año 27, n. 320, marzo 1961

Contenido:

- La buena moral y los buenos beneficios
- Elementos fundamentales de la investigación de medios ("media research") Parte 1
- Nueve principios que contestan a los críticos de la publicidad
- Dramas sobre eso que es pensar. Para quienes "padecemos" de televisión
- Periodismo (La Voz del Pueblo, de Tres Arroyos y El Comercio, de San Rafael)
- Actualidad de dos viejos problemas. Categoría y capacidad de los Jefes de Propaganda. El prestigio de nuestra profesión, por Jorge Núñez
- Profundización Profesional
- La esencia publicitaria es siempre la misma. Con Stanley Resor, presidente de J. Walter Thompson Co.
- Libros: Como anunciar por Televisión, por Clark M. Agnew y Neil O'Brien
- ¿Ciencia o manía?
- "Haciendo publicidad", por Eduardo Pérez Almudi, redactor publicitario de Castignani y Burd Propaganda
- Proyecto de declaración de principio del Congreso de Bariloche. Sobre "Desarrollo Nacional y Publicidad"
- Los avisos del mes (Winco, moto Gilera, lanas San Andrés, servicios aéreos Lufthansa)