

IMPETU

Año 22, n. 260, octubre 1955

Contenido:

- El futuro de la propaganda directa
- Avise el uso del producto
- ¿Cuál es la verdadera función de la investigación de motivación?
- Operación clorofila (propiedades antibacterianas y desodorizantes)
- ¡Hay que reducir el número de modelos!
- El método Townsend para valuar la publicidad. Artículo XII: Debe usarse la asociación para que el producto sea recordado
- Anuncio: Publicidad en subterráneos
- Once principios para una publicidad provechosa
- Actualidad propagandística: Municiones de poco calibre (Entrega XXXVI), por Alejandro Low