

IMPETU

Año 4, n. 3, diciembre 1936

Contenido:

IMPETU dedica este número extraordinario el Primer Congreso de Propaganda

Fundamentos y Conclusiones

1. Valor social y económico de la propaganda: moral, ética, vocabulario, proceso productivo, carrera profesional
2. La prensa y la propaganda: forma de expresión, periodismo, diarios y revistas, cifras y promedios, lectores, investigación del mercado, avisos, anuncio, revista especializada, tarifas publicitarias, vendedor de espacios
3. La propaganda Radiotelefónica: propaganda y radiodifusión en la Argentina, eficacia, control, ensajes, descentralización, medios
4. La propaganda externa: lugares y vía pública, problemas, vidriera, estética, urbanismo
5. La propaganda cinematográfica: cinematógrafo, reacción del público, cinematografía 16 mm.,
6. Auxiliares, factores y colaboradores de la propaganda: envases, artículos de regalo, membretes de cartas, fotografía, teléfono, artistas, expresión gráfica, arte, viajantes, visitador médico, publicidad del Estado, hoteles, turismo, muestra-feria, empresas gráficas, precios básicos gráficos, humorismo
7. Las agencias de publicidad y el jefe de propaganda: agencias de publicidad, publicidad argentina, remuneración, profesión

Nómina de periódicos que se editan en la República Argentina (Capital Federal excluida)

El afiche, su finalidad en el campo de la publicidad

Nómina de Estaciones Argentinas de Radiodifusión

Tabla: Los 14 principales centros Comerciales Argentinos