

IMPETU

Año 4, n. 11, agosto-septiembre 1937

Contenido:

- IMPETU inicia en este número extraordinario la publicación de una serie completa de biografías de los publicistas y publicitarios que actúan en el ambiente nacional
- Hagamos algo por los 10.000.000 de olvidados..., por el Sr. Jorge Oscar Linari, director-gerente de "Suplemento Semanal S.A."
- ¿Cómo se vende por radio? De los programas (continuación)
- La mujer y la publicidad. Una visita a las clases de publicidad comercial de la Escuela Profesional n°5 de Artes Decorativas "Fernando Fader"
- 44 países concurrieron al Tercer Congreso Mundial de la Publicidad de París
- La habilidad del vendedor para escoger oportunidades
- Ante todo: El Plan. El anuncio no es más que uno de los elementos, el que sale a la superficie, de un plan de ventas
- El espacio blanco imparte delicadeza, esmero, distinción
- Lo que importa es el tema, por Mark O'Dea
- El amor y la propaganda se parecen en ciertos aspectos
- La legibilidad de los tipos
- Gotas de miel y gotas de acíbar. Espigando en el campo publicitario
- Charla sobre composición tipográfica, clisés y artistas comerciales
- Masas, colores y líneas: Reglas sencillas de composición
- El vendedor y el estudio del mercado
- El proyectista de esquemas
- Suma y Sigue... (Epidemia de los plagios en la publicidad)
- Digesto mensual de Comercio y Finanzas
- Biografías de publicistas y publicitarios