

IMPETU

Año 17, n. 188, marzo 1950

Contenido:

- Para ciertos problemas complejos convienen las soluciones simples
- El precio del producto debe ser el símbolo de un buen valor comparado con la competencia.
Artículo V de una serie extractada de "Factores vitales para promover ventas en el lugar de la compra", por Frank L. Mc Kibbin
- La Casa del Dirigente es ya una realidad. "Todo fue cuestión de empezar...", nos dice el Presidente de la Asociación de Dirigentes de Ventas
- ¿Cómo se realiza una investigación del mercado?, por Walter Linne del Instituto Lanús S. A.
- Don Jacobo Muchnik: nuestros editores
- Aumenta el área de influencia publicitaria de la radio; pero la televisión amenaza...
- Registro mecánico del valor atencional de la Publicidad