

ISSN 1669-2306

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
Buenos Aires, Argentina. Noviembre 2005.

Introducciónp. 4	El silencio bancario, una gran estafa Carlos Adrian Lutzmanp. 10
Ética y Publicidad María Valeria Araujop. 5	Supermercado Sur. Una pyme en expansión Ivana Raquel Maliannip.11
No matememos el libro María Verónica Bárzolap. 5	El Outsourcing y el Benchmarking Nicolás Manassap. 11
El tiempo, valor de la publicidad adolescente. Introspección profesional sobre los valores comunicados por la publicidad al adolescente. Guido Bigiolip. 5	Mercado. Fitness y wellness. Investigación y desarrollo de un nuevo negocio: profesionalizar el sector Verónica Alicia Mancastropap. 12
Me importa un rating Joaquín Tomás Cascop. 5	Servicio interno. Satisfacer primero al cliente interno Paula Manoukianp. 12
Tendencias de la moda en épocas de crisis Florencia Da Hum Chongp. 6	La prensa regional Alejandro Alberto Martínez Nottep. 12
La televisión de exportación Joaquín Corresp. 6	La interacción del arte con la publicidad Natalia Maskinp. 13
La publicidad es sorda Marina Díazp. 7	Repsol YPF. Un gigante responsable Jésica Maya Mosiejkop. 14
Cambios y tendencias en la moda argentina Ángeles Díaz O'Kellyp. 7	Diario La Nación. Análisis de situación Claudia Patricia Nóbilop. 14
Las relaciones públicas en la industria automotriz argentina Ignacio Doncel Jonesp. 7	La hotelería del fin del mundo Julieta Picconep. 15
Lofts. Revalorización de espacios María Alejandra Gandolfop. 8	La realidad publicitaria Lucas Puigcerverp. 15
El auge de la vitivinicultura en el mercado argentino María Mercedes Gómezp. 8	Construcción de la imagen pública. Salida del anonimato. ¿Gloria o pérdida? Vanina Queipop. 16
El sol de la Rioja. Una propuesta comercial Ignacio Guzmánp. 8	Ameghino, un mundo para descubrir, un placer que compartir, un sueño para vivir Daiana Repettip. 16
Marketing político, medios y la influencia en los resultados electorales Ricardo Guzmán Cerisolap. 9	El diseño gráfico en la educación a distancia María Dolores Romerap.16
Globalización de agencias de publicidad Cynthia Hentschelp. 9	Ver no es mirar. La importancia de la imagen corporativa Gabriela Rusinekp. 17
Viabilidad teórica y comercial para la materialización del programa infantil Algar Ventura Pablo Martín Kanofp. 9	La creatividad en tiempos de crisis Federico Stöltzingp. 17
Creación de imagen de un canal de TV cerrada Elizabeth Kopytop. 10	Extremo Sur. Diseño y desarrollo de una marca en Argentina Violeta Szepsp. 17
Moda y posición social argentina durante la última década María Labaké Rebolledop. 10	El proceso de emprender. De la incubadora a “El horno” Julieta Ugartep. 18
La publicidad del perfume María Cecilia Lorenzop.10	El homo postdevaluación: una nueva especie de consumidor Sabrina Ventrescap. 18