

ISSN 1669-2306

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

Nuevos Profesionales. Edición II.....	p. 5
1. La identidad de los textiles mapuches como marca. Marina Albéniz	p. 5
2. Los accesorios como portadores simbólicos. María Eugenia Biagioli	p. 5
3. ¡Alto! La moda nos llama. Cecilia Mariana Cáccamo	p. 6
4. Aventureira da Praia. Mariela Cigliutti	p. 6
5. El poder movilizador de las marcas. Mariana Beatriz Fernández	p. 7
6. El negocio central. Las Centrales de Medios y un nuevo paradigma en la industria publicitaria argentina Juan Pablo Fiorenza	p. 7
7. Seguimiento de prensa digitalizado: Digital Press. Manuela Gaitto	p. 7
8. RRPP en salud. Georgina M. Geirola	p. 8
9. Yo la peor de todas. Néstor Graciano	p. 8
10. Regla del cuatro. Gabriela Groppa	p. 9
11. Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad. María Eugenia Papisergio	p. 9
12. Telemarketing: Nueva herramientas para el desarrollo de CRM empresarial. El cliente siempre tiene la razón. Laura Paur	p. 9
13. Making off de un asistente de dirección. Marcelo Politano	p. 10
14. Lencería y corsetería femenina de entreguerras. Flavia Ruberttone	p. 10
15. Sobre información, saturación y la respuesta del creativo. Carlos Sansone Saravia	p. 11
16. Publicidad Política. Del protagonista a la actuación de reparto. Alejandro Shin	p. 11
17. Escalera a la plata. Dino Julio Tesón	p. 11
18. Comunicación en Dafult. Los Bancos sumidos en el silencio. Valentín Tuffano	p. 11
19. Filantropía Corporativa: ¿Una estrategia comunicacional o un fin comercial? Natalia Vedronik	p. 12
20. El método Seis Sigma: El ADN de los intangibles para las PyMEs. Beatriz Paola Zazulie	p. 12
Publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.....	p. 13