

There are no translations available.

David Alameda, Elena Fernández y Juan Benavides han publicado "El sector publicitario en su triple vertiente económica, estructural y cultural" en la revista "Palabras Clave".

Resumen:

La presente investigación pretende ser un diagnóstico del sector publicitario español desde el enfoque específico de la industria y su contribución al desarrollo productivo y competitivo de la sociedad española, así como su comprensión global dentro del marco de las industrias culturales. En el estudio se presenta la situación actual del sector publicitario, considerándolo desde la perspectiva de las industrias culturales pero también desde su dimensión económica, y analizando su actividad empresarial, su cifra de negocio y los recursos humanos empleados.

Abstract:

This research is intended to diagnose the Spanish advertisement sector, focusing on the media as such and how it contributes towards advancing Spanish society in its production and competitiveness, as well as on how it is globally understood within the frame of mass media. The study presents the mass media and economic perspective of the advertisement sector's current circumstance; it also analyzes corporate activity, its consolidated business figures and human resources used.

Referencia bibliográfica: Alameda-García , D., Fernández-Blanco, E., Benavides-Delgado J. Abril de 2013. El sector publicitario en su triple vertiente económica, estructural y cultural Palabra Clave 16 (1), 182-214.

[Lee el artículo aquí](#)