

Las oportunidades de la publicidad en un entorno globalizado: el mercado castellano leonés

David Alameda García | dalamedaga@upsa.es

Elena Fernández Blanco | efernandezbl@upsa.es

Irene Martín Martín | imartinma@upsa.es

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Resumen: Frente al contexto de concentración y especialización que caracteriza al sector publicitario y de la comunicación estratégica nacional, se abre una realidad regional y local que dista en gran medida de éste en cuanto a los procesos, agentes, volumen de negocio, comercialización y gestión de los espacios publicitarios y actividades comunicativas desarrolladas. El presente artículo es fruto de una investigación subvencionada por la Junta de Castilla y León con el objetivo de profundizar en el conocimiento de la realidad de la industria publicitaria y de las relaciones públicas de la región, para desentrañar sus oportunidades de futuro.

Palabras clave: publicidad, relaciones públicas, industria, estructura.

Abstract: Opposite to the context of concentration and specialization that it characterizes to the advertising sector and of the strategic national communication, there is opened a regional and local reality that is far to a great extent from this one as for the processes, agents, volume of business, marketing and management of the advertising spaces and communicative developed activities. The present article is a result of a research subsidized by the Junta de Castilla y León to knowledge the reality of the advertising industry and of the public relations of the region, to discover his opportunities of future.

Key words: advertising, public relations, industry, structure.