

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
1. LOS ACTORES PRINCIPALES	13
1. Relación de los actores entre sí	13
2. El poder	15
2. NACIMIENTO Y BREVE HISTORIA DEL SECTOR.....	21
1. Siglos XVIII y XIX: I Revolución Industrial. El origen del sector.....	22
2. Primera mitad del siglo XX: II Revolución Industrial. Guerras mundiales, un <i>crack</i> bursátil, optimismo empresarial y desarrollo tecnológico	25
3. Segunda mitad del siglo XX: III Revolución Industrial. Ordenadores y sociedad del bienestar	28
4. Siglo XXI: IV Revolución Industrial. Desconfianza, incertidumbre y crisis del coronavirus	30
3. ESTRUCTURA DEL SECTOR DEL ANUNCIANTE.....	35
1. El departamento de publicidad	35
2. Tipos de anunciante según su estructura empresarial (tamaño)	36
3. Tipos de anunciante según la relación que mantienen con la agencia o agencias de publicidad y/o comunicación con la que trabajan	38
4. Tipos de anunciante según su financiación	41
4.1. El anunciante privado.....	42
4.2. El anunciante público.....	42
4.3. El anunciante intermedio	44

5. La empresa como anunciante: el entorno empresarial.....	45
5.1. Desde dentro del anunciante (microentorno).....	45
5.2. Desde fuera del anunciante (macroentorno)	47
5.3. ¿Y cómo puede relacionarse esto con una campaña de publicidad?	49
4. ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD Y OTRAS ÁREAS DE LA COMUNICACIÓN.....	51
1. De la agencia de publicidad clásica o de servicios completos, a los grandes <i>holdings</i> publicitarios.....	51
2. <i>Holdings</i> globales de publicidad y marketing	57
3. Agencias de publicidad independientes	61
5. LA ESTRUCTURA DE MEDIOS CONVENCIONAL Y DIGITAL.....	63
1. <i>Holdings</i> globales de medios y entretenimiento	63
2. El panorama español	66
3. Panorama de medios digitales en España.....	77
6. CONSUMO Y CONSUMIDORES EN EL SIGLO XXI.....	81
1. Consumo y consumidores en el siglo XIX.....	81
2. Consumo virtual: <i>E-Commerce</i> en tiempos de pandemia	84
3. <i>Big data</i> y sociedades de control (tan solo un pequeño guiño a este apasionante tema)	87
4. Autorregulación de la publicidad y protección del consumidor en España.....	89
FUENTES	93