

Data Mining: buscando la actividad empresarial peruana en la publicidad

Taller de investigación

I. Información general

Nombre del Curso: Data Mining: buscando la actividad empresarial peruana en la publicidad

Código del curso:

Departamento Académico: Humanidades

Créditos: 1

Horas Teoría: 14 horas lectivas y 36 horas de trabajo efectivo (trabajo asincrónico)

Horas Práctica: 0

Periodo Académico: 2024-01-PRE

Modalidad: Presencial

Idioma: Español

Docente: Beatriz Rodríguez Satizábal

Correo docente: bh.rodriquezs@up.edu.pe

Aula: B-501

II. Título proyecto

Extrayendo datos de los anuncios publicitarios: la transformación de la actividad empresarial en el Perú, 1892-1931.

III. Sumilla

En este curso analizaremos la relación entre los anuncios publicitarios publicados en el Almanaque El Comercio y la evolución de la actividad empresarial peruana. Para cumplir con este objetivo, nos concentraremos en el estudio del periodo 1892 a 1931, periodo de publicación del Almanaque (fuente primaria) que coincide con la primera globalización y el inicio en los países de América Latina del proceso de industrialización. Examinaremos la información incluida en los anuncios publicados para identificar tendencias, patrones y relaciones que respalden el argumento central de la historiografía empresarial peruana sobre la consolidación del sistema empresarial moderno desde 1896. La pregunta que guía este curso es si los anuncios reflejan o no el desarrollo de un sistema empresarial moderno en Perú durante la primera globalización.

IV. Logro de aprendizaje

Al concluir el Taller de Investigación, los estudiantes serán capaces de contribuir al desarrollo de una base de datos con base en una fuente primaria que permita vincular la información recolectada con herramientas útiles para su análisis. Además, desarrollaran experiencia en la revisión y análisis de fuentes secundarias.

V. Horario

Miércoles, de 2:30 a 4:30 pm (cada 2 semanas, 7 sesiones en total a lo largo del semestre).

VI. Prerrequisitos

1. Investigación académica
2. Historia Económica y Empresarial o Historia Crítica del Perú o Historia de la Filosofía y la Ciencia.

VII. Actividades durante las sesiones de clase

Semana	Sesión No.	Fecha	Actividades en clase	Responsables
1	1	Miércoles 20 de marzo	1. Comprensión del problema: marco teórico, preguntas de investigación y corrientes historiográficas. 2. Revisión de reseñas críticas (book reviews) de libros. 3. Asignación de libros para reseñas críticas.	Profesora
3	2	Miércoles 3 de abril	1. Reconocimiento de la fuente primaria: revisión, descripción y análisis del valor de la fuente. 2. Presentación maqueta base de datos. 3. Propuestas de maquetas de bases de datos. 4. Asignación de años.	Profesora Estudiantes
5	3	Miércoles 17 de abril	1. Introducción a NVivo 2. Primera etapa de recopilación de datos de la fuente primaria.	Estudiantes
7		Miércoles 1 de mayo	No hay clase. Feriado.	
8		Inicia: Lunes 6 de mayo Termina: Sábado 11 de mayo	EXAMENES PARCIALES	
10	4	Miércoles 22 de mayo	1. Segunda etapa de recopilación de datos de la fuente primaria. 2. Preparación y depuración de datos	Profesora Estudiantes
11	5	Miércoles 29 de mayo	1. Tercera etapa de recopilación de datos de la fuente primaria. 2. Valoración de herramientas útiles para el análisis de datos.	Profesora Estudiantes
14	6	Miércoles 19 de junio	Presentación de análisis de datos recopilados.	Estudiantes
15	7	Miércoles 26 de junio	Presentación de reseña sobre el libro asignado.	Estudiantes
16		Inicia: Lunes 1 de julio Termina: Sábado 6 de julio	EXAMENES FINALES	

VIII. Sistema de evaluación

Actividad	Criterios de evaluación	Tipo	%
-----------	-------------------------	------	---

Participación en clase.	En sus participaciones demuestra que ha profundizado de forma autónoma en los asuntos discutidos y que es capaz de elaborar preguntas y sugerencias. Además, evidencia que ha indagado sobre los procesos y herramientas útiles para definir, categorizar y organizar los datos.	Individual	20
Reportes parciales.	Entrega a tiempo de las tareas asignadas de recopilación de datos. Cumple con la revisión completa del material asignado.	Individual	40
Presentaciones finales.	La reseña del libro demuestra lectura completa y que ha entendido el argumento central, la propuesta teórica y metodológica del autor, y la relevancia para el proyecto. El reporte de fuentes primarias identifica la información pertinente e identifica tendencias.	Individual	40
			100

Notas:

El participante debe asistir al 70% de las clases del taller para recibir el crédito.

IX. Referencias básicas

- Armas Asín, F. (2022). La región central entre la independencia y la Primera Guerra Mundial (1821-1914): Articulación capitalista y desarrollo. En C. Contreras Carranza (Ed.), *Historia económica del Perú Central: Ventajas y desafíos de estar cerca de la capital* (pp. 199-268). Instituto de Estudios Peruanos.
- Contreras C. y Monsalve, M. (2022). *El Estado y los empresarios en la historia económica del Perú independiente*. Lima: Ministerio de Cultura, Proyecto Especial Bicentenario de la Independencia del Perú.
- Drinot, P. (2016). La seducción de la clase obrera. *Trabajadores, raza y la formación del Estado peruano*. Perú: Instituto de Estudios Peruanos. Capítulo 2: Constituyendo la clase obrera (pp. 73-110).
- Fujioka, R., & Stobart, J. (2018). Global and Local: Retail Transformation and the Department Store in Britain and Japan, 1900-1940. *Business History Review*, 92(2), 251-280. <https://doi.org/10.1017/s0007680518000417>
- Monsalve, M. (2019). Desarrollo de la empresa y la industria en la región sur entre 1890 y 1930 (pp. 414-443). En M. Monsalve Zanatti (Ed.), *Historia económica del sur peruano: Lanas, minas y aguardiente en el espacio regional*. Lima: IEP y BCRP.
- Palma, P., Carrasco J. M. & Monsalve Zanatti, M. (2023): From Undesirable Immigrants to Prosperous Merchants: Chinese and Palestinians in Southern Peru (1900s–1930s), *Immigrants & Minorities*, DOI: 10.1080/02619288.2023.2277587
- Parker, C. (2004). Los pobres de la clase media: estilo de vida, consumo e identidad en una ciudad tradicional, pp. 161-185. En: Panfichi A. y Portocarrero F. (Eds.). *Mundos interiores. Lima 1850 1950*. Lima: Universidad del Pacífico.

- Rocchi, F. (2017). La sociedad de consumo en tiempos difíciles: el modelo estadounidense y la modernización de la publicidad argentina frente a la crisis de 1930. *Historia Crítica*. 65, 93-114, doi: [dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.05](https://doi.org/10.7440/histcrit65.2017.05)
- Trentmann, F. y Otero-Cleves, A. M. "Presentation. Paths, Detours, and Connections: Consumption and its Contribution to Latin American History". *Historia Crítica*. 65 (2017): 13-28, doi: [dx.doi.org/10.7440/histcrit65.2017.01](https://doi.org/10.7440/histcrit65.2017.01)
- Thorp R. y Bertram, G (2017). El nacimiento y la caída de un esfuerzo nacional de desarrollo, periodo 1890-1930 (pp. 39-40). Introducción (pp. 41-45) y La década de 1890: crecimiento y diversificación. (pp. 45-60). En Perú: 1890-1977. Crecimiento y políticas en una economía abierta. Lima: Universidad del Pacífico.
- Tynan, J. (2011). Military Dress and Men's Outdoor Leisurewear: Burberry's Trench Coat in First World War Britain. *Journal of Design History*, 24(2), 139-156. <https://doi.org/10.1093/jdh/epr014>