



UNIVERSIDAD NACIONAL "JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRIÓN"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

SÍLABO POR COMPETENCIAS

**CURSO: INTRODUCCION A LOS
NEGOCIOS**

DOCENTE: Dr. Guillermo Percy Aliaga López

**SEMESTRE ACADEMICO
2026-I**

SILABO DE INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS

I. DATOS GENERALES

LÍNEA DE CARRERA	GESTIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES
CURSO	INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS
CÓDIGO	45103
HORAS	5 HORAS HT: 3 HP: 2
CICLO	I

II. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico – práctica. Pertenece al área de formación general. El propósito del curso es describir el funcionamiento de una organización evidenciando conocimientos teóricos y prácticos, y plantear sugerencias de mejora de acuerdo a las oportunidades encontradas en el ámbito de los negocios.

Esta asignatura está orientada a que los estudiantes comprendan los conceptos fundamentales sobre los procesos que dan inicio al negocio en el mundo del mercado, reconocer la importancia que tiene el rol emprendedor, frente al del empresario, poder comparar los perfiles del emprendedor y del empresario.

COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Fortalece sus conocimientos básicos formativos para analizar la importancia de los negocios buscando su desarrollo personal y profesional, además diseña esquemas del funcionamiento de un negocio, vinculando sus componentes con el entorno empresarial. La asignatura está organizada en cuatro unidades

Unidad I: Fundamentos de los Negocios Internacionales

Unidad II: Alternativas para internacionalizar una Empresa

Unidad III: La dinámica entre los Negocios Internacionales y los Gobiernos

Unidad IV: Gestión de los Negocios Internacionales

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Desarrolla e investiga el contexto actual del entorno en el que se desenvuelven las organizaciones modernas e identifica el nuevo enfoque de los negocios que hoy en día contribuye a resolver las actividades económicas que se requieren para producir los bienes y servicios de las empresas.	FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	1-4
UNIDAD II	Reconoce los nuevos escenarios comerciales en este mundo globalizado, motivando de esta manera a incursionar en las actividades de importación y exportación bajo las barreras y riesgos de la globalización. La A.I. y los negocios	ALTERNATIVAS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA	5-8
UNIDAD III	Fundamenta los conceptos que se generan dentro de los negocios internacionales y reconoce el entorno en que se desarrolla esta actividad como el político y cultural, así como las normas y certificaciones que regimientan las actividades de importación y exportación en este mundo globalizado.	DINAMICA ENTRE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LOS GOBIERNOS	9-12
UNIDAD IV	Reconocen la necesidad de la participación de las diferentes áreas funcionales básicas de las empresas para poder administrar las actividades dentro y fuera de la empresa en función al negocio o negocios, con la finalidad de competir en una forma eficiente y eficaz.	GESTION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Número	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identifica los conceptos de negocios y obtiene un grado de conocimiento para la implementación de estos.
2	Reconoce la razón de ser de los negocios y la internacionalización de las empresas.
3	Desarrolla los conocimientos relacionados con la naturaleza y análisis de la empresa en el proceso de la globalización
4	Identifica los conocimientos relacionados con la estructura organizativa para incursionar en los negocios.
5	Identificar el concepto de la globalización como una alternativa a la solución de los problemas económicos de los países.
6	Reconoce a la globalización como el mercado más importante en las actividades del hombre del este siglo, basado en una mayor competitividad y productividad.
7	Identifica a las exportaciones como una de las actividades más importantes para fomentar una economía sólida de los países en vía de desarrollo.
8	Interpreta a las barreras y riesgos de la globalización como un reto a las exigencias de las exportaciones e importaciones.
9	Reconocer la necesidad de los negocios entre países y desarrollo de mercados comunes y acuerdos comerciales.
10	Considera al entorno de los negocios internacionales como los factores determinantes en las relaciones del comercio exterior.
11	Determina el entorno político y cultural en los negocios internacionales como políticas ineludibles en las transacciones bilaterales de los negocios.
12	Reconoce a las normas y certificaciones, como parte imprescindible en el intercambio de los diversos productos previsto por cada uno de los países.
13	Considera al marketing como un conocimiento necesario para poder incursionar en las actividades de negocios internacionales.
14	Establece que el marketing mix es la parte fundamental para poder comprender que es el marketing internacional.
15	Considera la administración de operaciones como el eje fundamental de las actividades empresariales en el desarrollo de los negocios internacionales.
16	Reconoce a la logística empresarial como el complemento ideal en las importaciones y exportaciones dentro de un contexto internacional.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

Unidad didáctica I. Fundamentos de los Negocios Internacionales	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Desarrolla e investiga el contexto actual del entorno en el que se desenvuelven las organizaciones modernas e identifica el nuevo enfoque de los negocios y su necesidad de desarrollo en el mundo globalizado.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	Introducción a los negocios.	Identifica los conceptos de negocios y obtiene un grado de conocimiento para la implementación de estos.	Valora los conceptos de negocios internacionales en su formación empresarial	Expositiva (Docente /estudiante) Debate dirigido (Discusión) . Foro Lecturas Uso de libro Lluvia de ideas (saberes previos) . Foro 	Explica el concepto de negocios y los desarrolla en sus actividades profesionales
	2	La razón de ser y las funciones de la empresa.	Reconoce la razón de ser de las empresas en el ámbito empresarial interno y externo	Aplica las funciones de la empresa como parte determinante en su organización.		Contribuye a fortalecer las funciones empresariales en las actividades administrativas
	3	Naturaleza y análisis de la empresa	Aplica los conocimientos relacionados con la naturaleza y análisis de la empresa para desarrollar actividad es comerciales	Valora la capacidad de toda empresa por el grado de análisis para desarrollar sus actividades.		Explica la capacidad de análisis de parte de la empresa en la concepción de sus actividades.
	4	Estructura organizativa de la Empresa.	Identifica los conocimientos relacionados con la estructura organizativa para incursionar en los negocios.	Considera a la estructura organizativa de la empresa como parte fundamental en la organización de toda empresa		Explica la funcionalidad administrativa de la empresa en torno a su estructura organizativa.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Los estudios de casos reflejarán el conocimiento que han adquirido los estudiantes, así como los cuestionarios absueltos en forma positiva.		El desarrollo de los trabajos de investigación evidencia el interés y el grado de nivel de conocimientos de los estudiantes lo cual contribuyen a la solución de los ejercicios propuestos.		El grado de comportamiento en las clases, en las conferencias y la participación en aula permiten evaluar la comprensión y el nivel de interés del estudiante.	

Unidad Didáctica II Alternativas para internacionalizar una Empresa	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Reconoce los nuevos escenarios comerciales en este mundo globalizado, motivando de esta manera a incursionar en las actividades de importación y exportación bajo las barreras y riesgos de la globalización.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	La globalización, concepto importancia y características.	Revisar los nuevos conceptos sobre la globalización	Entiende y aplica los nuevos conceptos de globalización.	Expositiva (Docente /estudiante) Debate dirigido (Discusión) Lecturas Uso de libro Lluvia de ideas (saberes previos)	Explica el concepto de globalización y su capacidad en las actividades comerciales
	6	La globalización un escenario motivador, para los negocios.	Reconoce los escenarios globalizantes y sus perspectivas para los negocios de las empresas.	Valora a la globalización como una gran alternativa para los negocios internacionales.		Reconoce las capacidades y oportunidades de la globalización en las actividades empresariales
	7	La desencadenante iniciación a las exportaciones e importaciones	Aplica las diversas capacidades que le presenta la globalización en la determinación de los negocios	Considera a las actividades comerciales internacionales como una alternativa en los negocios		Alcanza nuevos conocimientos en las actividades internacionales.
	8	Barreras y riesgos de la globalización La Inteligencia artificial y los negocios	Reconoce los riesgos y barreras que presenta la globalización en el desarrollo de los negocios por las empresas.	Valora y analiza las previsiones en los riesgos y barreras que presenta la globalización		Aplica los nuevos conocimientos de la globalización en los negocios internacionales
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Los estudios de casos reflejarán el conocimiento que han adquirido los estudiantes, así como los cuestionarios absueltos en forma positiva		El desarrollo de los trabajos grupales evidencia el interés y el grado de nivel de conocimientos de los estudiantes lo cual contribuyen a la solución de los ejercicios propuestos.		El grado de comportamiento en las clases, en las conferencias y la participación en aula permiten evaluar la comprensión y el nivel de interés del estudiante.	

Unidad Didáctica III. La dinámica entre los Negocios Internacionales y los Gobiernos	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III. Fundamenta los conceptos que se generan dentro de los negocios internacionales y reconoce el entorno en que se desarrolla esta actividad como el político y cultural, así como la importancia de los acuerdo entre los países, como los TLC, y desarrollo de alianzas comerciales.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	Aspectos referenciales de los negocios internacionales.	Reconoce los nuevos conceptos, objetivos y características de los negocios internacionales.	Procesa e interpreta los conocimientos de los negocios internacionales.	Expositiva (Docente /estudiante) Debate dirigido (Discusión) Lecturas Uso de libro Lluvia de ideas (saberes previos)	Comprende los conceptos y analiza las capacidades de los negocios internacionales
	10	El entorno en los negocios internacionales.	Aplica los conocimientos relacionados con los actores que participan en los negocios internacionales	Considera al entorno de los negocios como la parte determinante en los negocios.		Reconoce al entono de los negocios como parte vital para el ejercicio de las actividades empresariales.
	11	Entorno político y cultural de los negocios internacionales.	Considera como conocimientos básicos en los negocios conocer la parte cultural y política de los países con quien se realiza negocios.	Valora los conocimientos culturales y político como parte de los procedimientos en los negocios internacionales.		Determina el entorno político y cultural en los negocios internacionales como políticas ineludibles en las transacciones bilaterales de los negocios.
	12	Normas y certificaciones para los negocios internacionales.	Reconoce y aplica las normas y certificaciones que contribuyen en el proceso de los negocios internacionales.	Valora las normas y certificaciones como parte de su formación profesional.		Reconoce a las normas y certificaciones, como parte imprescindible en el intercambio de los diversos productos previsto por cada uno de los países.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Los estudios de casos reflejaran el conocimiento que han adquirido los estudiantes, así como los cuestionarios absueltos en forma positiva		El desarrollo de los trabajos grupales evidencia el interés y el grado de nivel de conocimientos de los estudiantes lo cual contribuyen a la solución de los ejercicios propuestos.		El grado de comportamiento en las clases, en las conferencias y la participación en aula permiten evaluar la comprensión y el nivel de interés del estudiante.	

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Reconocen la necesidad de la participación de las diferentes áreas funcionales básicas de las empresas para poder administrar las actividades dentro y fuera de la empresa en función al negocio o negocios, el proceso administrativo y desarrollo comercial de forma eficiente y eficaz.					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
13	Fundamentos de marketing	Reconoce a esta área funcional de la empresa como base para poder ingresar a un nivel de marketing internacional.	Procesa los conocimientos de esta función empresarial para su conocimiento.	Expositiva (Docente /estudiante) Debate dirigido (Discusión) Lecturas Uso de libro	Considera al marketing como un conocimiento necesario para poder incursionar en las actividades de negocios internacionales.
14	Elementos del marketing mix. producto, precio. promoción y distribución	Aplica estos conocimientos con fines de reconocer el producto bien o servicio que se puede exportar a los mercados internacionales.	Valora al marketing como una herramienta determinante en la configuración de los productos y mercados internos y externos.		Establece que el marketing mix es la parte fundamental para poder comprender que es el marketing internacional
15	Administración de la producción y las operaciones. El mega puerto de Chancay y los negocios	Considera una de las áreas de mayor importancia en la fabricación de los productos tanto para los mercados internos como externos, fundamentado en sus operaciones.	Analiza la gran importancia de los procesos productivos de las empresas, fortaleciendo sus conocimientos en esta área funcional.	Lluvia de ideas (saberes previos)	Considera la administración de operaciones como el eje fundamental de las actividades empresariales en el desarrollo de los negocios internacionales.
16	La logística empresarial, objetivos y características	Reconoce a la logística empresarial como una de las áreas determinantes para dar inicio a las importaciones y exportaciones de las empresas.	Valora la gran importancia que la logística tiene como parte de los conocimientos básicos en el desempeño profesional.		Reconoce a la logística empresarial como el complemento ideal en las importaciones y exportaciones dentro de un contexto internacional.
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Los estudios de casos reflejarán el conocimiento que han adquirido los estudiantes, así como los cuestionarios absueltos en forma positiva		El desarrollo de los trabajos grupales evidencia el interés y el grado de nivel de conocimientos de los estudiantes lo cual contribuyen a la solución de los ejercicios propuestos.		El grado de comportamiento en las clases, en las conferencias y la participación en aula permiten evaluar la comprensión y el nivel de interés del estudiante.	

Unidad Didáctica IV. Gestión de los Negocios Internacionales

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y ESCRITOS Y VIRTUALES

- Revistas
- Proyectoros
- Folletos, volantes
- Libros
- Revistas electrónicas

2. MEDIOS VISUALES Y ELECTRONICOS

- Computadoras
- Wi-Fi
- Celulares
- Diapositivas (canvas, power point, etc.)
- Internet

3. MEDIOS INFORMATICOS

- USB
- REDES

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO.

La evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver cómo identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando cómo el estudiante aplica los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. EVIDENCIAS DE PRODUCTO.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto se evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos mensuales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

Los promedios de las unidades didácticas se determinarán con base al siguiente cuadro:

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de conocimiento	20	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de producto	40	
Evaluación de desempeño	40	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

8.1. FUENTES BIBLIOGRAFICAS Y Referencia Web

I Unidad didáctica

- Ernest Gundling TRABAJANDO EN TODO EL GLOBO: 12 destrezas para crear negocios que crucen fronteras 2023.
- Ball, Donald y Wendell McCulloch NEGOCIOS INTERNACIONALES: Introducción y aspectos esenciales. Edit. Mc Graw hill 2020.

II Unidad didáctica

- AVENTURA DE EXPORTAR: PRIMER PASO HACIA EL DESARROLLO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA, LA/Gloria García, coordinador,
- Madrid: colegio de economistas de Madrid, 1999. 288p.

III Unidad didáctica

- Centro de trámites de exportación (Nicaragua). MANUAL DEL EXPORTADOR: NICARAGUA. /Dirección y redacción Ricardo Illescas Hidalgo. Managua: Comisión Nacional de Promoción de exportaciones, 1999. 107p.
- Morales Troncoso, Carlos. PLAN DE EXPORTACION: LLEVE SUS PRODUCTOS A TODO EL MUNDO. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 2020. 201p.

IV. Unidad didáctica

- Paz Lloveras, Eduardo. COMO EXPORTAR IMPORTAR Y HACER NEGOCIOS A TRAVÉS DE INTERNET: GUIA PROFESIONAL PARA LA GESTION DE LA EXPORTACION, IMPORTACION Y COOPERACION EMPRESARIAL A TRAVES

DE INTERNET. Barcelona: Gestión 2020, 1998. 148p.

- Canals Jordi LA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA: como evaluar la penetración en mercados exteriores, Madrid 2020.
ADEX Asociación de Exportadores Perú: www.adexperu.org.pe


8.2 FUENTES ELECTRÓNICAS

- ADEX. Asociación de exportadores: www.adexperu.org.pe
- BCRP. Banco Central De Reserva Del Perú. www.bcrp.gob.pe
- FORUM la revista del centro de comercio Internacional. -
www.intrancen.org/tradeforum.
- INEI, Instituto nacional de estadística e Informática. www.inei.gob.pe
- MINCETUR, Ministerio de Comercio Exterior, Turismo - www.mincetur.gob.pe
- OMC, Organización Mundial de Comercio www.wto.org/indexsp

IX. PROBLEMAS QUE RESOLVERÁ EL ALUMNO:

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCION METRICA DE VINCULACION	CONSECUENCIA METRICA VINCULANTE DE LA ACCION
En muchas ocasiones influir en los demás era entender y ponerse de acuerdo sobre lo que hay que hacer y cómo hacerlo, y el proceso de facilitar el esfuerzo individual y colectivo para el logro de objetivos compartidos, pero al mismo tiempo es difícil entender la forma de cómo llegar a las personas dentro de una organización porque cada uno de ellos tienen diferentes formas de pensamiento, cultura, costumbre.	Podría optimizarse hasta en un 90 % Utiliza la información brindada por el docente, e investiga la evolución de los negocios, el proceso de la globalización, como factor determinante de la internacionalización, el proceso administrativo y teorías.	Hacer entender de que el desarrollo de los negocios es un factor clave para mejorar el nivel de vida de los habitantes del planetas y las naciones, Analiza e interpreta el proceso de la globalización, el avance de la tecnología, y los modelos cambiantes de las organización y el proceso de adaptación organizacional.
Carencia de base teórica y referencia casuística.	La gestión eficaz al 100% Aprehensión de modelos establecidos de estructura narrativa que ayude a entender mejor.	Optimo uso de base teórica y la pragmática
Desconocimiento de las diferencias entre conceptos básicos.	Podrían reducirse hasta un 50% Manejo diferencial del lenguaje verbal y no verbal, la comunicación más fluida.	Formación teórica en terminología básica entender que la teoría es primordial
Omisión de pasos del proceso creativo	Podrían reducirse hasta un 30% Fomento de la aplicación del proceso creativo	Construcción de modelos óptimos de piezas discursivas.

Huacho, marzo del 2026.



Dr. Guillermo Aliaga López
REGUC 10493

Dr. Guillermo Percy Aliaga López
Docente / DNU 489

