



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

Vicerrectorado Académico

FACULTAD DE CIENCIAS E CONOMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA Y FINANZAS

MODALIDAD PRESENCIAL
SILABO POR COMPETENCIAS
CURSO
CARTERA DE NEGOCIOS

I.-DATOS GENERALES

LÍNEA DE CARRERA	Economía Empresarial-Finanzas
SEMESTRE ACADEMICO	2026-II
CODIGO DEL CURSO	305-A
CREDITOS	3
HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES 4 TEORICAS - 2 PRACTICA
CICLO	V
SECCION	A
APELLIDOS Y NOMBRES	FLORES ZUMARAN, MARIA SILVIA
CORREO INSTITUCIONAL	mflores@unjfsc.edu.pe
N°CELULAR	975217868

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Concepto de Negocios, Cartera de Negocios, Cartera de Clientes, Empresas. Matrices. Estructura de costos, Marketing: características principales y posibilidades de aplicación en las empresas. Marketing operativo, Planeamiento. Análisis y evaluación financiera. Ventajas competitivas. Investigación y Segmentación del mercado maximizar recursos financieros .

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTIVA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTIVA	SEMANAS
UNIDAD I	Teniendo en cuenta situaciones presentes en el contexto actual identifica y familiariza con los conceptos de Negocios – Cartera de Negocios- que se aplicarán en la empresa.	CONCEPTOS GENERALES DE Negocios –Principios Básicos de los Negocios- Cartera de Negocios- Matriz BCG- Empresa - tipos- diferencia entre EMPRESA – NEGOCIO- concepto	1-4
UNIDAD II	En base a ejemplos dados identifica y desarrolla ventajas competitivas dentro de las organizaciones para implementar una estrategia alineada a nuestras fortalezas y ventajas competitivas.	Planeación Estratégica y Pronósticos Plan de Negocios Cartera de Negocios Cartera de Clientes Investigación de Mercados	5-8
UNIDAD III	Después de la lectura de varios ejemplos aprende a emprender planes de acción que generen propuestas de productos o servicios, aplicando estrategias empresariales financieras y análisis de oportunidades	Análisis Financiero de las Alternativas de Negocio	9-12
UNIDAD IV	Prevía observación y discusión de ejemplos concretos en su entorno es capaz de identificar parámetros de evaluación financiera de la cartera de negocios, estableciendo en cada uno de ellos el equilibrio adecuado de la mezcla.	Marketing operativo. Costos fijos y Variables Equilibrio de Mercado Demanda Ratios de Rendimiento de Cartera de negocios	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

NUMERO	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Entender y comprender los aspectos básicos y fundamentales de identificación de oportunidades de negocio y de emprendimiento
2	Explica los negocios y su importancia
3	Explica la cartera de negocios y herramientas de selección de negocios.
4	Define la calidad y sus dimensiones
5	Identifica las variables macro ambientales empresariales
6	Identifica las variables micro ambientales empresariales.
7	Define la planeación como parte de la dirección empresarial y sus clases.
8	Define los objetivos y metas del plan: FODA
9	Interpreta la rentabilidad de un negocio haciendo uso de parámetros empresariales para jerarquizar las oportunidades de negocio
10	Aplicar los principios empresariales fundamentales vigentes.
11	Uso de parámetros empresariales para jerarquizar oportunidades económicas
12	Interpreta la rentabilidad de un negocio,
13	Prioriza la actividad económica de mayor rentabilidad
14	Sostenibilidad teniendo en cuenta el desarrollo de un plan de negocios.
15	Analiza y revisa el entorno de la realidad para proponer nuevas iniciativas de negocios
16	Aplicar herramientas financieras en el análisis de rentabilidad y evaluación financiera

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA 1: CONCEPTOS GENERALES NEGOCIOS					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDÁCTICA	Indicadores de logro de la capacidad
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
UNIDAD DIDÁCTICA 1	1	Presentación de la idea de negocios, CARTERA DE NEGOCIOS PRINCIPIOS DE LOS NEGOCIOS	Analiza y revisa el entorno de la realidad para proponer nuevas iniciativas de negocio Presentación del docente Lluvia de ideas. Interacción docente Activa	- Participa activamente en clase y respeta la opinión de sus compañeros. - Elabora las funciones NEGOCIOS	Clases Expositivas (docente/alumno) Googlemeet Debate dirigido Chat, foro Análisis de Lecturas Seleccionadas Repositorios digitales Lluvia de ideas Foros y chat	Entender y comprender los aspectos básicos y fundamentales de identificación de oportunidades de negocio y de emprendimiento
	2	Que es la CARTERA DE NEGOCIOS MATRIZ DE SELECCIÓN DE NEGOCIOS BCG	Elabora las principales funciones Negocios.	Participación en clase		Explica los negocios y su importancia
	3	Habilidades emprendedoras. Los emprendimientos	Interacción docente alumno. Reconoce la idea de emprendimiento Diferencia emprendimiento con negocios Presenta resúmenes en manuscritos sobre desarrollo de casos	Reconoce las dimensiones de la calidad.		Explica la cartera de negocios y herramientas de selección de negocios.
	4	Los tipos de propiedad Empresarial, Que son las personas naturales y jurídicas • Formas de sociedades	Conoce la organización empresarial como unidad económica para la realización de			Define la calidad y sus dimensiones

		• La forma jurídica de la empresa organización NEGOCIO Y EMPRESA				
EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO			EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Estudio de casos.		Trabajos individuales y/o grupales.			• Comportamiento en clase virtual y chat • Calificaciones obtenidas en sus trabajos individuales o grupales	
Cuestionarios		Soluciones a ejercicios propuestos				

Las 4 horas de clase que corresponden a la teoría y práctica se desarrollarán en el Aula B-205–Pabellón 4-B
CURSO: CARTERA DE NEGOCIOS / DOCENTE: Mg.Econ. María Silvia Flores Zumarán / pág.4 a 9 de clase

UNIDAD DIDACTICA 2

CAPACIDAD DE L AUNIDAD DIDÁCTICA II: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y PRONÓSTICOS					
SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	Indicadores de logro de la capacidad
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
5	✓ Macro ambiente: Diagnóstico situacional externo	Practica con las variables macro ambientales de la empresa	• Identifica las variables macro ambientales empresariales	Clases Expositivas (docente/alumno) Google meet Debate dirigido Chat, foro Análisis de Lecturas Seleccionadas Repositorios digitales Lluvia de ideas Foros y chat.	Identifica las variables macro ambientales empresariales
6	✓ Micro ambiente: Diagnóstico situación al interno	Practica con las variables micro ambientales de la empresa			Identifica las variables micro ambientales empresariales.
7	✓ Planeamiento. Planificación.	Reconoce la diferencia entre planeamiento y planificación y a las diferentes clases de planeamiento	• Analiza la planeación y planificación		Define la planeación como parte de la dirección empresarial y sus clases.
8	✓ Objetivos y metas del Plan de Marketing ✓ Fuerzas Competitivas del mercado ✓ FODA	Elabora el FODA de una empresa.	• Reconoce los objetivos y metas del plan de marketing		Define los objetivos y metas del plan:FODA
EVALUACIONDELAUNIDADDIDACTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Estudio de casos.		Trabajos individuales y/o grupales.		• Comportamiento en clase virtual y chat	
Cuestionarios		Soluciones a ejercicios propuestos		• Calificaciones obtenidas en sus trabajos individuales o grupales	

Las 4 horas de clase que corresponden a la teoría y práctica se desarrollarán en el Aula B-205–Pabellón 4-B

CURSO: CARTERA DE NEGOCIOS / DOCENTE: Mg.Econ. María Silvia Flores Zumarán / pág.4 a 9 de clase

Cartrade Negocios

VRAC- UNJFSC

UNIDAD DIDÁCTICA 3

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: ANALISIS FINANCIERO DE LAS ALTERNATIVAS DE NEGOCIO					
SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	Indicadores de logro de la capacidad
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
9	Investigación y análisis de mercados. •Tipos de mercados • Análisis de la oferta y la demanda.. •Equilibrio de mercado	Analiza el mercado Estudia la oferta y la demanda Determina el equilibrio de mercado	Realiza una investigación de mercado	Clases Expositivas (docente/alumno) Google meet Debate dirigido Chat, foro Análisis de Lecturas Seleccionadas Repositorios digitales Lluvia de ideas Foros y chat	Interpreta la rentabilidad de un negocio haciendo uso de parámetros empresariales para jerarquizar las oportunidades de negocio
10	Segmentación de clientes • Análisis del producto • Análisis de precios	Analiza los productos, precios y diferenciación de la segmentación.			Debate sus resultados de investigación
11	Investigación de Mercado: Conceptos, propósito de la investigación. Elección del mercado a investigar	Realiza investigación de mercado de la zona	Realiza una investigación de mercado		Uso de parámetros empresariales para jerarquizar oportunidades económicas
12	Análisis de los resultados de la investigación de mercado	Comparte resultados de su investigación	Debate sus resultados de investigación		Interpreta el comportamiento de mercados, asignación de recursos financieros

		EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA		
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	Carterade Negocios	Estudio de casos.	Trabajos individuales y/o grupales.	• Comportamiento en clase virtual y chat • Calificaciones obtenidas en sus trabajos individuales o grupales
		Cuestionarios	Soluciones a ejercicios propuestos	
				VRAC- UNJFSC

Las 4 horas de clase que corresponden a la teoría y práctica se desarrollarán en el Aula B-205–Pabellón 4-B

CURSO: CARTERA DE NEGOCIOS / DOCENTE: Mg.Econ. María Silvia Flores Zumarán / pág.4 a 9 de clase

UNIDAD DIDÁCTICA 4	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV MARKETING OPERATIVO: MIX.-PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y PLAZA					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDÁCTICA	Indicadores de logro de la capacidad
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	13	Los ingresos los costos y las utilidades • Que son los costos. • Que son los ingresos • Que son las utilidades	Analiza sobre el movimiento económico de la empresa	Analiza el contenido de Costos e ingresos operativo: negocio	Clases Expositivas (docente/alumno)Google meet	Prioriza la actividad económica de mayor rentabilidad
	14	Los presupuestos • Las inversiones • Capital de trabajo	Analiza sobre la situación económica del negocio			Explica lo referente a finanzas
	15	Análisis del financiamiento Alternativas de financiamiento Análisis de las principales alternativas de financiamiento	Analiza sobre la situación financiera del negocio	Evalúa principales alternativas de negocio	Análisis de Lecturas Seleccionada Repositorios digitales	Analiza y revisa el entorno de la realidad para proponer nuevas iniciativas de negocios
	16	Análisis de rentabilidades	Analiza sobre la rentabilidad del negocio	Explica sobre la rentabilidad y selección de alternativas de negocio		Lluvia de ideas foros y chat.
	EVALUACION DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
		Estudio de casos.	Trabajos individuales y/o grupales.	• Comportamiento en clase virtual y chat		
		Cuestionarios	Soluciones a ejercicios propuestos	• Calificaciones obtenidas en sus trabajos individuales o grupales		

Las 4 horas de las 4 horas de clase que corresponden a la teoría y práctica se desarrollarán en el Aula B-205–Pabellón 4-B

CURSO: CARTERA DE NEGOCIOS / DOCENTE: Mg.Econ. María Silvia Flores Zumarán / pág. 4 a 9 de clase

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 escritos:

- Guía resumen por unidades
- Separatas con contenidos temáticos.
- Fotocopia de textos selectos
- Libros seleccionados según bibliografía
- Mapas
- Revistas-periódicos

2. Medios visuales y electrónicos

- Diapositivas
- Gráficos
- Proyector Multimedia

3. Medios Informáticos

- Internet
- Plataformas virtuales
- Programas de Enseñanza

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.

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 productos evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales 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.

VARIABLES	PONDERACIÓN
Evaluación de Conocimiento	30%
Evaluación de Producto	35%
Evaluación de Desempeño	35%

$$PF = (PU1 + PU2 + PU3 + PU4) / 4$$

V. BIBLIOGRAFIA:

- GarcíaCabrera,A.M.;GarcíaSoto,M.G.RECONOCIMIENTODELAOPORTUNIDADY EMPRENDEDURÍA DE BASE TECNOLÓGICA: UN MODELO DINÁMICO
 - CarlosA.AlbaceteSáezDepto.deOrganizacióndeEmpresas.UniversidaddeGranada calbacet@ugr.es
 - AnaMariaBojicaDepto.deOrganizacióndeEmpresas.UniversidaddeGranada abojica@ugr.es
 - MatildeRuizArroyoDepto.deOrganizacióndeEmpresas.UniversidaddeGranada matilderuiz@ugr.es
 - InvestigacionesEuropeasdeDirecciónyEconomíadelEmpresa,vol.14,núm.2,mayo-agosto, 2008, pp. 109-125
 - AcademiaEuropeadeDirecciónyEconomíadelEmpresaVigo,España
 - González-Álvarez, Nuria; Solís-Rodríguez, Vanesa Descubrimiento de oportunidades empresariales:capitalhumano,capitalsocialygéneroINNOVAR.RevistadeCiencias Administrativas y Sociales, vol. 21, núm. 41, julio-septiembre, 2011,
 - FranciscoRodríguezJonathanMoreno.Manualparalaidentificacióndeoportunidadesde negocio
 - MINCETUR.GUIADEOPORTUNIDADESDEINVERSION.IVEDICION
www.sunat.gob.pe.
deNegociosCartera
- VRAC- UNJFSC

FuentesBibliográficasconsulta

KOTLERYAMSTRONG(2013)"*FundamentosdeMarketing*",EditorialPearsonEducación,México

KOTLER (2001)" *Dirección de Marketing*". 8va. Edición.Pearson Educación

Fuentes Electrónicas

Kotler, Philip: Conoce la historia y las principales contribuciones del padre del marketing moderno

Recuperado el 11 DE AGOSTO DEL 2021

<https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>

Lambin-jean-jacques: Marketing estratégico.

Recuperado el 11 de Agosto del 2021

https://www.academia.edu/10079711/Libro_Marketing_Estrategico_lambin_jean_jacques

Huacho, 04 de agosto 2026



Mg. María Silvia Flores Zumarán
ECONOMISTA
UNJFSC
Mg. María Silvia Flores Zumarán
CÓDIGO DNU 080

Mg. Econ. María Silvia Flores Zumarán
DOCENTE DE LA ASIGNATURA
DNU-080

Cartera de Negocios

VRAC- UNJFSC