

## DISCIPLINA: GESTÃO DE TELECOMUNICAÇÕES

### Código:

**Carga Horária:** 40 horas

**Número de Créditos:** 2

**Código pré-requisito:** -

**Semestre:** 8º

**Nível:** Técnico Integrado

### EMENTA

Regulação e Padronização em Telecomunicações; Organismos Internacionais de Regulação e Padronização em Telecomunicações. Regulação e Agências Reguladoras. Política Nacional de Telecomunicações. Noções legislação Específica e Fundamentos Básicos do Setor de Telecomunicações Brasileiro. Concessão de Serviços Públicos. Plano Geral de Outorgas. Plano Geral de Universalização. Plano Geral de Metas da Qualidade. Regulamento de Serviços de Telecomunicações. Fundamentos e classificação de sistemas de telecomunicações. Redes de Telecomunicações; Interconexão de Redes; Estrutura do Setor; Estruturas de Empresas e Serviços em Telecomunicações; Funções e Atividades Gerenciais; Tendências Futuras das Telecomunicações.

### OBJETIVO (S)

Compreender e conhecer aspectos de gestão de telecomunicações.

Conhecer órgãos de gestão de telecom.

### PROGRAMA

#### Regulação e padronização em Telecomunicações

Organismos nacionais e internacionais de regulação e padronização em Telecomunicações

Agências reguladoras.

Noções de legislação aplicada.

#### Setor de telecomunicações brasileiro

Plano Geral de Metas de Universalização: Metas de Acessos Individuais; Metas de Acessos Coletivos; Metas de Acessos Instalados; Metas de Telefones de Uso Público. Plano Geral de Metas de Qualidade: Metas de Qualidade do Serviço; Metas de Atendimento às Solicitações de Serviços; Metas de Solicitação às Mudanças de Endereço; Metas de Atendimento por Telefone ao Usuário; Metas de Qualidade de TUP; Metas de Informação do Código de Acesso; Metas de Atendimento à Correspondências de Usuários; Metas de Atendimento Pessoal ao Usuário; Metas de Emissão/Erro em Conta; Metas de Modernização de Rede.

Plano de Ação: Identificação do Problema (Espinha de Peixe); Definição de Procedimentos Operacionais; Definição de Metas Operacionais; Elaboração de um Plano de ação; Definição de Critérios para Acompanhamento e Avaliação de Resultados; Gestão a Vista. Indicadores Operacionais: Cálculo de Indicadores; Gerência de Indicadores.

### METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas teóricas expositivas e práticas com a utilização de quadro branco, de laboratórios, notas de aula e recursos audiovisuais como retro projetor e multimídia. Exposições, trabalho individual, de grupo, coletivo, e outras.

### AVALIAÇÃO

As avaliações serão realizadas por meio de prova escrita, trabalhos e participação do aluno em sala.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BATEMAN, T; SNELL,S.A. **Administração**: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

DRUCKER, P. **Introdução à Administração**. São Paulo: Pioneira, 1995.

MOTTA, F. C. **Teoria geral da Administração**: uma introdução. São Paulo: Pioneira, 1997.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

**Coordenador do Curso**

**Coordenadoria Técnico- Pedagógica**