

PMT2406 - Mecânica dos Materiais Metálicos - Atividade 3 - 16/11/2016

Nome da atividade – Grupo de oposição.

Descrição – Esta atividade combina uma estratégia didática conhecida como grupos de oposição com outra denominada encenação de situações práticas. Nos grupos de oposição a classe é dividida em dois grupos, um “atacante” e um “defensor”, cada e cada um destes grupos receberá uma tarefa conflitante. Após uma pequena fase, onde o grupo estabelecerá sua estratégia de ataque/defesa, inicia-se o debate. Ao final do debate (com duração de 20 a 30 minutos) faremos a síntese do processo.

Baseado no texto:

- F. J. G.Landgraf, R. Takanohashi, M. F. de Campos “Tamanho de grão e textura dos aços elétricos de grão não-orientado” *in*: “Textura e relações de orientação: deformação plástica, recristalização e crescimento de grão” (A. P. Tschiptschin *et al.*, Eds.), 2ª edição, São Paulo: IPEN, 2003, pp. 211 – 246.

Tarefa

Iremos denominar os dois sub-grupos de “DuasEtapas”, designado pelo símbolo “AC”, e “CrossRolling”, designado pelo símbolo “CR”. Estes grupos deverão espelhar uma típica situação de concorrência envolvendo a relação cliente/produtor de um material. No presente caso vamos nos concentrar na relação entre um usuário de aço elétrico (por exemplo, um fabricante de motores, representados pelo docente) e dois produtores destes materiais (por exemplo, duas relaminadores concorrentes, que comprem seus aços de siderúrgicas distintas). A tarefa do grupo “AC” é vender ao cliente um aço elétrico com 3% de Si produzido de acordo com a estratégia da Laminação em duas etapas (ítem 6.4 do capítulo, na segunda vertente). A tarefa do grupo “CR” é vender um aço produzido pela técnica de laminação cruzada ou “Cross Rolling” (ítem 6.3 do capítulo).

Ao final da discussão cada grupo designará um “vendedor” que deverá, em formato de debate, apresentar os argumentos ao “cliente” para vender seu aço como melhor que o do concorrente. Argumentos técnicos ligados à textura desenvolvida na chapa acabada, às propriedades magnéticas esperadas e talvez até mesmo ao custo (se o grupo conseguir justificar) podem ser usados. O debate presseguirá alternadamente até o “cliente” tomar uma decisão, sendo que a cada etapa o grupo adversário pode contrapor os argumentos do grupo que apresentou anteriormente. A cada rodada o “vendedor” poderá se consultar com seus colegas.