

## RESUMO

As metodologias ativas proporcionam oportunidades para o aprimoramento da atuação docente e a conseqüente contribuição para a aprendizagem do aluno a partir de sua participação mais ativa nas aulas. Mediante as possibilidades para adoção de estratégias de ensino mais dinâmicas e assertivas, essa dissertação teve como objetivo verificar como publicações científicas referem-se à aplicabilidade de metodologias ativas e suas contribuições com a finalidade de formular seqüências didáticas na área de marketing e negócios. As questões norteadoras da pesquisa foram: Como as metodologias ativas podem contribuir para a maior participação do aluno? Quais seqüências didáticas, envolvendo as metodologias ativas, podem gerar melhores resultados na participação e aprendizagem nas disciplinas de marketing e negócios? Para desenvolvimento da pesquisa, considerou-se como metodologia uma análise e investigação teórica, no sentido de identificar a aplicação e formulação de seqüências didáticas com o uso das metodologias ativas na busca por melhores resultados associados a aprendizagem do aluno mediante sua maior participação e envolvimento. No transcorrer da dissertação, a partir de uma abordagem que reuniu aspectos pertinentes às transformações na educação e fundamentos sobre as metodologias ativas, considerou-se a aprendizagem baseada em projeto e a sala de aula invertida como foco para direcionar o estudo. Na elaboração do presente trabalho, autores como Moran, Bender, Bacich, Arantes, Freire, Valente, Trevisani, Daros, Camargo, Bertoldo, Mill, Salto, Perrenoud, Araújo, Raymond, Tardif e Zabala compuseram o referencial teórico deste estudo. Os conceitos postados na literatura consultada sobre metodologias ativas e seqüências didáticas, bem como a vivência do autor no exercício da docência, puderam colaborar na elaboração do produto final deste estudo, que consiste em quatro propostas de seqüências didáticas, envolvendo a sala de aula invertida e a aprendizagem baseada em projetos (ABP). Mediante o estudo realizado e a formulação das propostas de seqüências didáticas, espera-se que possam ser multiplicadas e aplicadas no sentido de formatar atividades mais convidativas e dinâmicas no ensino superior nas áreas de marketing e negócios.

Palavras-chave: Sequência didática; Ensino superior; Metodologias ativas; Marketing e negócios.