

INDICE:

1. LA INNOVACIÓN Y LA MOTIVACIÓN COMO BASES DE APRENDIZAJE EN FORMACIÓN PROFESIONAL	10
1.1. La organización de las enseñanzas de Formación Profesional en el sistema educativo.....	10
1.2. Hacia la necesidad de nuevos escenarios de aprendizaje como eje motivador en Formación Profesional.....	11
1.3. El automovilismo como base del proceso de enseñanza-aprendizaje en el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora (EIE).....	12
2. LOS CONTENIDOS CURRICULARES DEL MÓDULO DE EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA	14
3. EMPRENDER O NO EMPRENDER, ESA ES LA CUESTIÓN	15
3.1. Emprendimiento ¿moda o realidad?	15
Caso 1. La historia de Ferdinand Porsche: un diseñador de sus propios sueños	17
Caso 2. Una idea de negocio muy verde: la Fórmula E	21
3.2. Cuéntame...	25
Caso 3. La ingeniosa Bertha Benz	26
4. TU IMAGEN, TU ESENCIA	32
4.1. La influencia del entorno en el sector del automóvil y de éste sobre el entorno	32
4.2. Curiosidades sobre la identidad corporativa de algunas marcas de automóviles.....	33
Caso 4. Ferrari, el Cavallino Rampante	34
Caso 5. Sabías que...	38
Caso 6. El resurgir de las marcas	44
4.3. Código de buenas prácticas en el automovilismo	46
Caso 7. El imperio Honda: una marca muy sostenible.....	47
5. CONSTRUYE TU NEGOCIO DESDE LA VISIÓN DEL CLIENTE	51
5.1. La importancia de escuchar al cliente: el pan jirafa.....	51
Caso 8. Tengo un tractor y no es amarillo: La historia de Ferruccio Lamborghini.....	53
6. ¡QUE EL PODER DEL MARKETING TE ACOMPAÑE!	58
6.1. ¿Qué es el marketing?	58
6.2. Las emociones también venden.....	59
6.3. Marca tu diferencia	60
6.4. Marketing de guerrilla	61
6.5. Curiosas estrategias y campañas publicitarias de algunas marcas de automóviles.....	61

Caso 9. Marcas que no necesitan publicidad: La historia de los súper deportivos suecos Koenigsegg	65
7. ¿MEJOR SOLO O ACOMPAÑADO?	68
Caso 10. Pininfarina: un carrocerero que cotiza en bolsa	69
8. CUANDO EL FACTOR HUMANO SÍ QUE IMPORTA.....	71
8.1. Departamentos o áreas funcionales en una empresa.....	72
8.2. Organización en áreas o departamentos en el sector del automóvil.....	73
Caso 11. BMW y su departamento de sueños	75
Caso 12. Quiero ser un One-off.....	76
Caso 13. Cuando el elemento humano es clave	79
9. UN NEGOCIO MUY REDONDO.	81
Caso 14. Cómo comprar un Equipo de Fórmula 1 por una libra: la historia de Ross Brawn	82
10. CONCLUSIONES.....	86
11. BIBLIOGRAFÍA.....	88
12. IMÁGENES	90