Une image contenant ciel nocturne

Description générée automatiquementUne image contenant ciel nocturne

Description générée automatiquement

ECOLE DE COMMERCE DE LYON

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**BBA**

Deuxième année



REFERENTIEL 2022-2024

# **Référentiel de l’École de Commerce de Lyon**

Le contenu des modules et référentiels peuvent être mis à jour et peuvent donc être différentes des progressions communiquées sur le site internet de l’école.

Toutes informations et conditions des cours sont disponibles auprès du service pédagogique. Afin d’être informé de toutes nouveautés, nous vous invitons à contacter le service pédagogique :

**Par courrier :** Service Pédagogique

École de Commerce de Lyon®

51 ter rue de Saint Cyr 69009 Lyon (France)

**Téléphone :** +33 (0)4 78 41 41 41

**Courriel :** [pedagogie@eclyon.fr](mailto:pedagogie@eclyon.fr)

**Site :** [www.ecole-de-commerce-de-lyon.fr](http://www.ecole-de-commerce-de-lyon.fr)

# **Dates importantes**

## Dates de rentrée :

## Rentrée octobre 2024 : lundi 03/10/2024

## Rentrée janvier 2025 : jeudi 05/01/2025

## Rentrée avril 2025 : mardi 04/04/2025

## Rentrée juillet 2025 : mardi 04/07/2025

## Dates de rendus :

Durant chacune de ses années d’études, l’apprenant devra rendre des travaux attestant de ses compétences et de l’application de ses connaissances. En MBA 1ère année, l’apprenant doit effectuer un business plan et un mémoire de recherche.

## Mémoire de recherche

**2 mois après la rentrée :** Problématique et plan

**4 mois après la rentrée :** État de l’art

**7 mois après la rentrée :** Rendu final

**8 mois après la rentrée :** Soutenance oral

## Business plan

**2 mois après la rentrée :** Présentation du projet et de son aspect juridique

**4 mois après la rentrée :** Présentation des stratégies

**7 mois après la rentrée :** Rendu final

**8 mois après la rentrée :** Soutenance oral

## Moyens de rendus

Les rendus doivent être adressés au format PDF par courriel :

* Pour le mémoire de recherche : [bp.memoire@eclyon](mailto:bp.memoire@eclyon)

L’objet du courriel doit être : « Section Nom Prénom Mémoire »

* Pour le business plan : [bp.memoire@eclyon.fr](mailto:bp.memoire@eclyon.fr)

L’objet du courriel doit être : « Section Nom Prénom Business Plan »

# **Programme de formation**

## Public visé par la formation et prérequis

La formation vise des apprenants détenteurs d’un bac+1 désireux de s’inscrire dans un cursus supérieur en sciences de gestion pour obtenir une qualification d’agent opérationnel ou manager.

* La formation BBA 2ème année forme plus spécifiquement aux métiers opérationnels en entreprise.
* Une durée d’activité professionnelle est nécessaire qu’il s’agisse d’alternance ou de formation classique pour laquelle 4 mois de stage en entreprise sont requis.

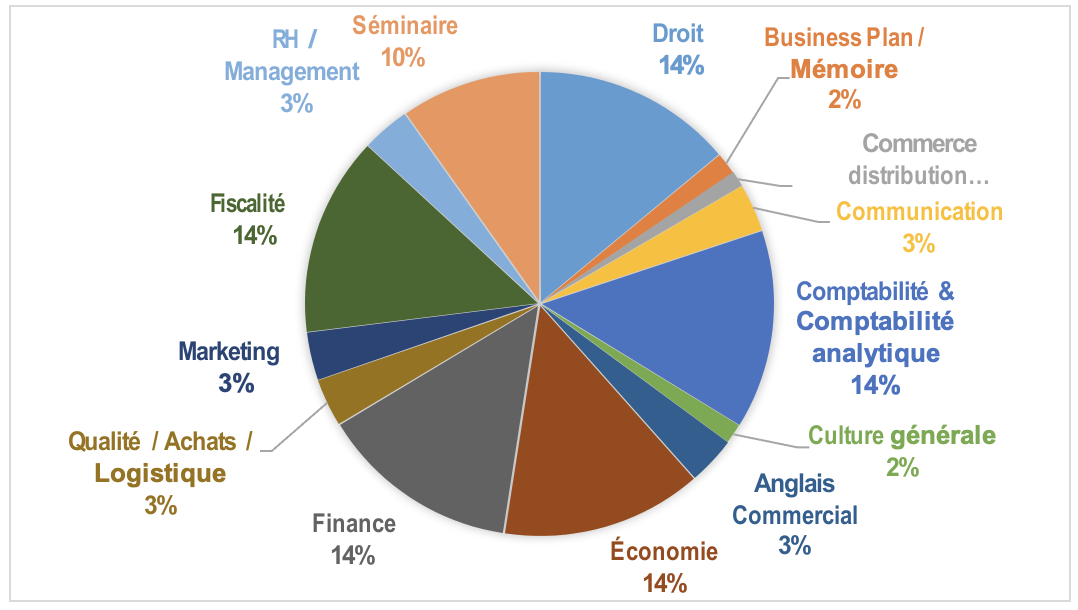
## Objectifs de la formation

L’objectif de la formation est d’acquérir :

* Une compétence professionnelle en matière de stratégie d’entreprise, d’encadrement et de management général. Ainsi l’apprenant devra au terme de son année de BBA, avoir acquis un savoir- être professionnel lui permettant de respecter les codes d’une entreprise (exemplarité, ponctualité, code vestimentaire, expression contrôlée, discrétion et réserve professionnelle.../...), de manager une équipe, des outils d’analyse, de gestion des risques, d’anticipation et de projection stratégique d’entreprises de type PME.

## Contenu de la formation

La formation est dispensée en face à face pédagogique (synchrone) et/ou cours en ligne sur la plateforme e-learning (asynchrone) répartis dans une dizaine d’inter-disciplines.



### Moyens et méthodes pédagogiques

* Les moyens déployés sont des cours en face à face pédagogique dans des classes de 20 étudiants environ. Ces cours sont complétés par la remise d’ouvrages et de fascicules et par la mise à disposition d’une plateforme d’enseignement à distance pour toutes les disciplines enseignées et pour toutes les séances.
* Chaque cours dispose d’un support pédagogique projeté (chaque salle est équipée un vidéo projecteur de type ultra-courte focale ou d’un écran que l’enseignant peut utiliser ou pas selon son souhait mais qui est mis à disposition de l’apprenant sur son espace personnel de la plateforme pédagogique d’enseignement à distance).

### Évaluation de la formation

Des épreuves ont lieu pendant et à la fin de la formation sous formes de :

* Contrôle continu (QCM à chaque fin de cours)
* Partiels trimestriels
* Soutenance et écrit de mémoire
* Soutenance et écrit business plan
* Études de cas

### Qualité des formateurs

* Tous les enseignants de l’École de Commerce de Lyon font l’objet d’une déclaration aux services du rectorat avec une demande d’enseigner. Leur diplôme (bac+5 minimum) ainsi que leur casier judiciaire et leur aptitude à enseigner sont vérifiés et réactualisés chaque année.
* Par ailleurs, les enseignants sont formés à la didactique des sciences de gestion, aux matériels et dans leurs propres disciplines.
* Les enseignants sont recrutés dans le milieu professionnel pour leur expérience significative et réussie dans leurs domaines de compétence (90 %) et dans le milieu universitaire pour leur maîtrise des sciences de l’éducation, de la didactique de leur discipline et de leur méthodologie d’enseignement.

### Durée de la formation et modalités d’organisation

La formation BBA 2ème année dure 1 an.

* Les cours ont lieu du lundi au vendredi sur la base hebdomadaire maximum de 35 heures
* Les horaires de la formation sont de 8h00 au plus tôt à 19H00 au plus tard. Par tranches de 2, 3 ou 4 heures contiguës espacées de pauses de 1heure pour déjeuner et de 10mn en pause intermédiaire.
* La formation MBA 1ère année est dispensée sur les campus de Lyon ou plus exceptionnellement en entreprise d’accueil et/ou à l’étranger
* La formation est organisée sous forme de modules en continu avec possibilité d’avoir un parcours individualisé

# **Contenu de formation**

|  |  |
| --- | --- |
| Commerce Distribution | |
| S1 | Les actions commerciales |
| S2 | Les comportements clients |
| S3 | Découverte des besoins et la méthode des 7C |
| S4 | Les ventes B to B et B to C |
| S5 | Les techniques de négociation |
| S6 | Les objections |
| S7 | La distribution |
| S8 | Emailing |
| S9 | Les métiers de la vente |
| S10 | Les clubs d'affaires |
| S11 | La vente additionnelle + le suivi de la vente |
| S12 | Le lineaire en Grande surface |
| S13 | Système multilatéral commercial |
| S14 | Le commerce et la distribution |
| S15 | Introduction à la politique de rétribution et aux circuits de distribution |
| S16 | Plan d'action commercial |
| S17 | Les circuits de grande distribution et distribution merchandising |
| S18 | Le bilan prospection |
| S19 | La prospection et la découverte des besoins |
| S20 | La découverte des besoins |
| S21 | Reformulation et conclusion |
| S22 | La PLV |
| S23 | Les métiers de la vente |
| S24 | AT et PNL |
| S25 | Les différents postes de gestion |

|  |  |
| --- | --- |
| Management des ressources humaines | |
| S1 | Théorie des organisations |
| S2 | Management : les fondamentaux |
| S3 | Introdcution à la gestion RH |
| S4 | Le management de l'equipe commerciale |
| S5 | Le management de l'equipe commerciale |
| S6 | Dossier du personnel / entretien |
| S7 | La paie |
| S8 | La gestion des conflits |
| S9 | Structures et changements organisationnels |
| S10 | Dépassement et évolution des structures types |
| S11 | La formation professionnelle et la politique de formation |
| S12 | La gestion des ressources humaines et la fonction RH |
| S13 | Le projet professionnel |
| S14 | La rémunération et la gestion de la rémunération |

|  |  |
| --- | --- |
| Comptabilité | |
| S1 | Introduction à la comptabilité |
| S2 | Présentation des enjeux de la comptabilité gestion |
| S3 | PCG IAS ET US GAAP |
| S4 | Présentation des performances IFRS |
| S5 | Les principaux documents comptables |
| S6 | Le bilan |
| S7 | E1-Histoire de la comptabilité |
| S8 | Vocabulaire comptable financier et économique |
| S9 | Endettement et capitaux propres |
| S10 | Les flux et les stocks |
| S11 | Les crédits |
| S12 | Le compte de résultat : Les SIG |
| S13 | Les opérations investissement et la comptabilité en partie double (1) |
| S14 | Les opérations investissement et la comptabilité en partie double (2) |
| S15 | Le vocabulaire comptable |
| S16 | Les enjeux de la gestion et le cadre financier |
| S17 | Compte de résultat |
| S18 | La relation résultat-trésorerie |
| S19 | La variabilité des charges : le point mort |
| S20 | Analyse financière |
| S21 | Prévision financière et le plan de financement |
| S22 | Analyse des variables d'un projet |
| S23 | Comprendre et concevoir la partie gestion d'un business plan |
| S24 | Les contraintes pour renouveler les ressources |
| S25 | Les deux variables clés d'exploitation |

|  |  |
| --- | --- |
| Affaires internationales | |
| S1 | Commerce international et mondialisation |
| S2 | Les principaux organismes internationaux |
| S3 | Système multilatéral commercial |
| S4 | Les effets de la mondialisation sur le marché du travail |
| S5 | Le diagnostic |
| S6 | L'export |
| S7 | Les incoterms |
| S8 | Le marketing international : les fondamentaux |
| S9 | Les aides à l'export et le financement à l'export |
| S10 | Le renminbi et la dynamique des échanges commerciaux |

|  |  |
| --- | --- |
| Qualité achat logistique | |
| S1 | Introduction à la qualité |
| S2 | Introduction à la logistique |
| S3 | Introduction aux achats |
| S4 | Les stocks |
| S5 | Les outils de la qualité |
| S6 | Les outils de la logistique |
| S7 | Le fret maritime |
| S8 | LE FRET AERIEN |
| S9 | Le transport routier et ferroviaire |
| S10 | Introduction à la qualité + découverte de la qualité |
| S11 | Les normes qualités |
| S12 | Les outils de la qualité |
| S13 | Manager par la qualité |
| S14 | Découvrir la supply chain |
| S15 | Introduction aux achats et l'analyse des besoins et le processus d'achat |
| S16 | La typologie d'achats |
| S17 | Cahier des charges achats |
| S18 | Le choix des offres et sélection du fournisseur et suivi du fournisseur |
| S19 | L'analyse des coûts d'achats |
| S20 | Le fret aérien |
| S21 | Outils d'efficacité professionnelle |
| S22 | Outils de gestion appliquée : ERP, CRM, BDD commercial |
| S23 | Outils informatiques et collaboratifs |

|  |  |
| --- | --- |
| Économie | |
| S1 | Grands courants de pensées économiques et histoire de la pensée économique |
| S2 | Histoire des faits marquants en matière éco et sociale |
| S3 | Le circuit éco, la compta nationale et équilibres macroéconomiques |
| S4 | Les sources de la croissance économique |
| S5 | Le marché |
| S6 | L'intervention de l'Etat |
| S7 | La culture économique générale |
| S8 | La mondialisation |
| S9 | Les théories économiques |
| S10 | La monnaie |
| S11 | Mesure de la croissance économique |
| S12 | Le rôle de la banque centrale / la croissance de l'entreprise |
| S13 | La monnaie |
| S14 | Les institutions financières monétaires françaises et européennes et éléments de politique monétaire |
| S15 | L'économie politique |
| S16 | Financement du marché éco + la bourse et l'activité éco |
| S17 | Le marché |
| S18 | Industrie agroalimentaire |
| S19 | Industrie métallurgique |
| S20 | Tourisme |
| S21 | Industrie Plastique |

|  |  |
| --- | --- |
| Banque et Finance | |
| S1 | La monnaie |
| S2 | Le rôle de la banque centrale |
| S3 | Le droit au compte |
| S4 | Environnement juridique économique et organisationnel de l'activité bancaire |
| S5 | Gestion de la relation clients en banque |
| S6 | Développement et suivi de l'activité bancaire 1 |
| S7 | Développement et suivi de l'activité bancaire 2 |
| S8 | Environnement éco juridique et managérial de l'assurance |
| S9 | Technique d'assurance |
| S10 | La compensation bancaire |
| S11 | Les dates importantes du droit bancaire |
| S12 | Les défis de l'intégration monétaire en Afrique |
| S13 | La médiation bancaire |
| S14 | Le rating |
| S15 | Les comptes sociaux des établissements de crédit |
| S16 | Technique bancaire |
| S17 | Les produits d'épargne |
| S18 | L'assurance vie |
| S19 | L'inspection générale et contrôle |

|  |  |
| --- | --- |
| Digit | |
| S1 | Économie digitale |
| S2 | Digital management web - environnement économique |
| S3 | Communication digitale |
| S4 | Site internet |
| S5 | L'e-commerce |
| S6 | Communication d'entreprise et réseaux sociaux au temps des TIC |
| S7 | Usage d'internet dans les entreprises |
| S8 | Système d'information et gestion |
| S9 | E1-Présentation : Prezi / PPT/ Keynote |
| S10 | E2-La mondialisation |
| S11 | E3-Excel niveau débutant |
| S12 | E4- Excel niveau confirmé |
| S13 | Le marketing 2.0 |
| S14 | Les réseaux sociaux |
| S15 | Utilisation efficace et pertinente des techniques de communication à distance |
| S16 | Prezi |
| S17 | Site internet |
| S18 | La rapidité, l'agilité et la proactivité dans la relation client à distance + les entreprises et internet + distribution internet |
| S19 | Marketing mobile |
| S20 | Digital management, web economic environement |
| S21 | Emailing |
| S22 | La contrefaçon sur internet |
| S23 | Système d'information et de gestion de la data |

|  |  |
| --- | --- |
| Stratégie | |
| S1 | Le mandat social et les modes de gestion d'entreprise |
| S2 | La croissance des entreprise |
| S3 | Business Plan |
| S4 | Stratégie d'internationalisation |
| S5 | Les modes de règlement des conflits |
| S6 | BP : Fiche signalétique |
| S7 | La stratégie commerciale |
| S8 | BP : Marketing/ produit |
| S9 | BP : Qualité Achat Logistique |
| S10 | BP : Les comptes prévisionnels |

|  |  |
| --- | --- |
| Droit | |
| S1 | Définition |
| S2 | Introduction au droit |
| S3 | Les sources du droit |
| S4 | L'organisation judiciaire |
| S5 | Les personnes juridiques et leur patrimoine |
| S6 | Droit des obligations et droit des contrats, contrats de société |
| S7 | Les contrats |
| S8 | La responsabilité délictuelle et quasi délictuelle |
| S9 | E1- La preuve - Les droits subjectifs |
| S10 | Les modes de règlement des conflits |
| S11 | Le développement durable |
| S12 | L'écologie, le viable et le durable |
| S13 | Le social et le commerce équitable |
| S14 | Droit des obligations et des contrats + contrat de société + Personnalité juridique |
| S15 | Le contrat / la diversité des contrats de travail |
| S16 | Les pouvoirs de l'employeur/ les institutions représentatives du personnel / Le droit négocié / Les relation individuelles de tvl |
| S17 | La médiation, l'arbitrage et le règlement des conflits |
| S18 | La CSG et la CRDS |
| S19 | Les sociétés commerciales |
| S20 | Les sociétés de personne EIRL / Les sociétés de personnes |
| S21 | Les sociétés de fait |
| S22 | Les sociétés civiles + IS + l'imposition du revenu des particuliers et IR pour entreprise individuelles |
| S23 | Les SCOP |
| S24 | Le Holding |
| S25 | Introduction générale au droit fiscal |
| S26 | CET et impôt locaux |
| S27 | La taxe sur la valeur ajoutée TVA |
| S28 | Crédit d'impôt et aides fiscales / Le contrôle fiscal |
| S29 | L'association |
| S30 | Le contentieux bancaire |
| S31 | Le formalisme des suretés |
| S32 | Comptabilité des sociétés civiles + droit négocié |
| S33 | Droit commercial |

|  |  |
| --- | --- |
| Marketing communication | |
| S1 | Introduction au marketing |
| S2 | Les fondamentaux |
| S3 | Marketing fondamental 1 |
| S4 | Gestion des réseaux sociaux et e-réputation |
| S5 | Marketing mix |
| S6 | Introduction à la communication intra et interpersonnelle |
| S7 | Introduction à la communication institutionnelle |
| S8 | Les matrices |
| S9 | Les outils du marketing |
| S10 | Le client : cible du marketing |
| S11 | L'étude du marché |
| S12 | Faire une étude de marché |
| S13 | Structure et fonctionnement d'un marché |
| S14 | Conception et réalisation d'un moyen de communication |
| S15 | E1 - Les prestataires de la communication |
| S16 | Le marketing et les fondamentaux |
| S17 | Introduction au marketing mix |
| S18 | Le Client : cible marketing/les cibles |
| S19 | La segmentation clientèle |
| S20 | Les études de marché / benchmarking |
| S21 | Les outils prints |
| S22 | Les identités visuelles |
| S23 | Le communiqué de presse/ Le plan marketing du BP/ PPT Kawasaki |
| S24 | Les études marketing |
| S25 | Les matrices |
| S26 | Introduction au marketing tactique et stratégie / marketing 5 phases |
| S27 | Communication verbale / la communication interpersonnelle |
| S28 | Conception et réalisation d'un moyen de communication |
| S29 | La relation presse |
| S30 | La communication d'équipe |
| S31 | Le plan marketing + présentation BP + Réalisation support |
| S32 | Personnal Branding |
| S33 | Communication Interne |
| S34 | Marketing et communication externe |