ECOLE DE COMMERCE DE LYON

BBA

Deuxième année

REFERENTIEL 2022-2023

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

Site : www.ecole-de-commerce-de-lyon.fr

Dates importantes

- **Dates de rentrée :**

Rentrée octobre 2022 : lundi 03/10/2022
Rentrée janvier 2023 : jeudi 05/01/2023
Rentrée avril 2023 : mardi 04/04/2023
Rentrée juillet 2023 : mardi 04/07/2023

- **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 : memoire2022-2023@eclyon.fr
  L'objet du courriel doit être : « Section Nom Prénom Mémoire »
- Pour le business plan : businessplan2022-2023@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.

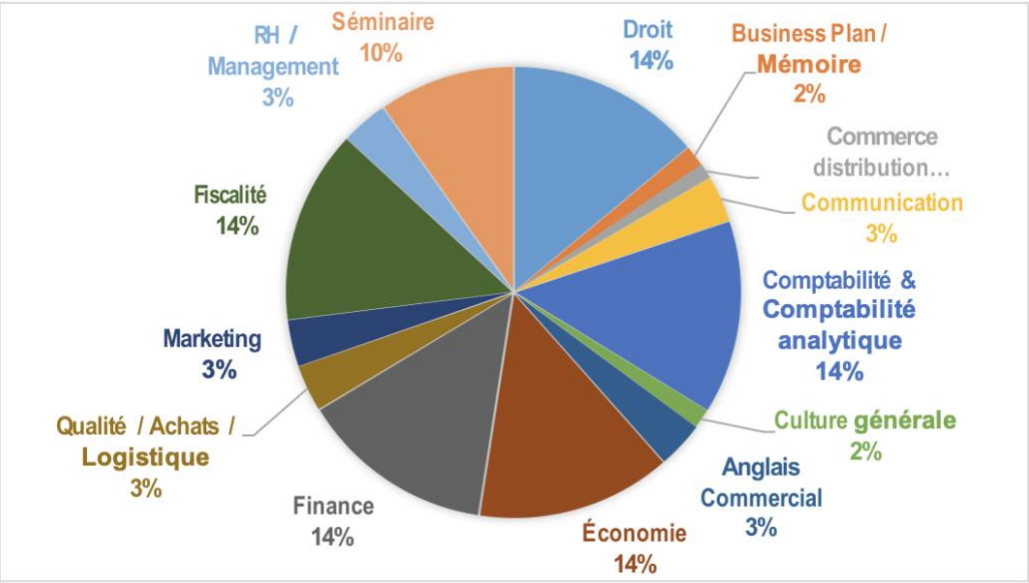
- **Objectifs de la formation**

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