

ECOLE DE COMMERCE DE LYON

BBA

Première année



REFERENTIEL 2024-2025

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 2024 : lundi 03/09/2024

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 1^{ère} 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.fr
L'objet du courriel doit être : « Section Nom Prénom Mémoire »
- Pour le business plan : 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+2 (BTS, DUT, etc.) ou équivalent désireux de s'inscrire dans un cursus supérieur en sciences de gestion pour obtenir une qualification d'agent opérationnel ou manager.

- La formation BBA 3^{ème} année forme plus spécifiquement aux métiers du management 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.
- Les prérequis nécessaires sont les bases avancées des techniques de sciences de gestion et notamment des outils qualité, des outils RH, des matrices de marketing, des techniques commerciales, une connaissance approfondie du droit commercial et du droit des sociétés ainsi que du droit du travail, des notions de management.

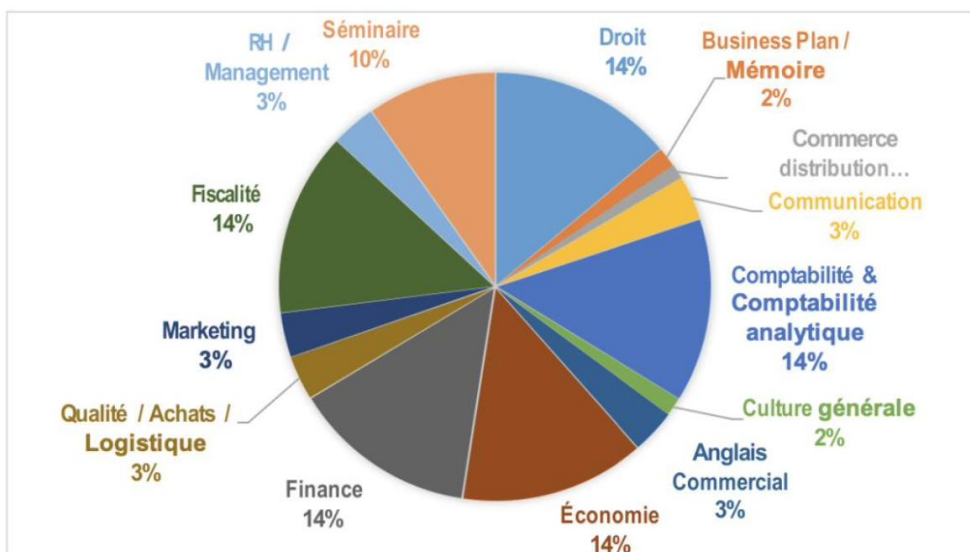
- **Objectifs de la formation**

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 3^{ème} 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 1^{ère} 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	Introduction à la politique de distribution et aux circuits de distribution
S2	La négociation avec les particuliers et avec les professionnels
S3	La négociation avec les distributeurs
S4	Les salons
S5	La fidélisation de la clientèle
S6	Définition et création des tableaux de bord
S7	Lancement et commercialisation de produits
S8	Le négociateur face à lui-même, le négociateur face à l'autre
S9	Introduction au commerce international + les métiers du commerce international + comment aborder l'international
S10	La démarque inconnue

Management des ressources humaines	
S1	Le management
S2	Les types de management et les nouvelles approches du management
S3	Tableau de bord + bilan social + diagnostic RH
S4	Les sourcing et le recrutement
S5	La gestion des conflits et gestion et management du changement
S6	Comment valoriser vos RH ?
S7	Gestion des IRP
S8	GPEC procédure
S9	Management d'équipe
S10	Marketing RH et communication interne
S11	La recherche d'emploi

Gestion Comptabilité et Finance	
S1	L'analyse financière
S2	L'analyse et le contrôle des coûts
S3	La variabilité des charges et le point mort
S4	Les contraintes pour renouveler les ressources
S5	Les capitaux propres, l'endettement bancaire
S6	Prévision financière et le plan de financement
S7	Le crédit
S8	Le crédit management
S9	La check list de surveillance DU BFR
S10	La fonction du contrôle de gestion

Affaires internationales	
S1	Intro au CI + diversité des relations internationales + fondement CI + risque international + mondialisation CI
S2	Les incoterms
S3	Comment aborder l'international et échanger à l'international
S4	Définition et création du tableau de bord
S5	Les aides à l'implantation
S6	Les assurances prospection
S7	LA joint-venture
S8	Opération de logistique internationale
S9	Définition du droit international et intro au droit comparé
S10	Les métiers du CI
S11	Les conseillers du commerce extérieur en France
S12	Division internationale du travail et spécialisation
S13	La théorie des échanges internationaux
S14	Organisation et structure des échanges
S15	La mesure des échanges
S16	Le grand marché transatlantique et les autres accords de libre échange

Qualité Achat Logistique	
S1	Les différents types de transport
S2	Les différents types de logistique
S3	Les normes qualité
S4	Introduction à la supply chain
S5	Commande-livraison-paiement
S6	Contractualiser
S7	Les risques achats - les coûts d'achats
S8	Les outils de la qualité totale
S9	Introduction au lean manufacturing
S10	Étude de cas : Être animateur QSE chez Colas
S11	Introduction processus achat économie mondiale
S12	Les outils de la qualité et l'AMDEC

Économie	
S1	Les actualités économiques (1)
S2	Les actualités économiques (2)
S3	L'efficacité de l'OMC
S4	Le financement de l'activité économique
S5	La politique industrielle de la France
S6	Les fonds souverains
S7	Division internationale du travail et spécialisation
S8	Le grand marché transatlantique et les autres accords libre échange
S9	L'efficacité de l'OMC
S10	Économie sociale et responsabilité sociétale des entreprises

Banque Finance	
S1	La relation banque-professionnel
S2	Introduction à l'assurance IARD
S3	La gestion des risques
S4	La caution bancaire
S5	L'analyse des variables d'un projet
S6	Le marché des changes
S7	Les produits dérivés
S8	Les métiers de l'assurance
S9	Les engagements
S10	Droit des sûretés
S11	Le scoring
S12	La relation banque-entreprises

Digit	
S1	Introduction à la digitalisation
S2	Identifier mon identité numérique
S3	Définir sa stratégie de marque personnelle et mise en pratique
S4	Le rythme adapté d'actualisation des contenus
S5	E-logistique
S6	Branding : la marque, sa notoriété et les nouvelles tendances
S7	Marketing 3.0 et stratégie d'influence
S8	Le droit d'internet et des TICS
S9	La cohérence entre les techniques, les outils mobilisés, les contenus et les moyens de diffusion

Stratégie	
S1	Le management et la théorie des organisations
S2	Management stratégique et management opérationnel
S3	La stratégie globale
S4	Intégration VS Externalisation
S5	Ansoff-BCG et clé
S6	Économie sociale et responsabilité sociale des entreprises
S7	Stratégie des firmes multinationales
S8	La croissance des entreprises

Droit	
S1	<u>Droit social</u>
S2	Contrat de travail et la formation du contrat de travail
S3	La méthodologie d'analyse du contrat de travail
S4	L'inspection du travail
S5	Institutions représentatives du personnel
S6	Les négociations collectives
S7	Le bail commercial
S8	Pratique du droit des affaires
S9	Système judiciaire américain
S10	La responsabilité sociale des entreprises
S11	Le droit d'internet et des TICS

Marketing et communication	
S1	Le marketing mix et les 7P
S2	Les matrices
S3	L'analyse transactionnelle et la programmation neurolinguistique
S4	Les nouveaux marketings
S5	Communication institutionnelle
S6	Plan de communication
S7	Média planning, plan d'action hors média et approche budgétaire
S8	Planification d'une campagne publicitaire
S9	La publicité comparative
S10	Introduction à la communication de marketing
S11	Marketing 3.0 et stratégie d'influence
S12	Mise en œuvre du plan commercial
S13	La communication événementielle
S14	Lancement et commercialisation de produits