



RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

Bachelor of Business Administration

BBA • 1^{ère} année

Année 2026-2027

Version du 12 octobre 2026. Le contenu des modules et des référentiels peut être mis à jour ; la version en vigueur est celle publiée sur ecole-de-commerce-de-lyon.fr.

01 La formation en bref

Le Bachelor of Business Administration (BBA) est un diplôme propre à l'École de Commerce de Lyon : ce n'est ni un diplôme national, ni un titre enregistré au RNCP.

Intitulé	Bachelor of Business Administration (BBA), 1ère année
Parcours	BBA en 3 ans après le bac. La 1ère année forme plus spécifiquement aux métiers opérationnels en entreprise.
Public visé	Titulaires d'un baccalauréat (général, technologique ou professionnel) ou d'un diplôme équivalent, souhaitant se former en sciences de gestion aux fonctions d'agent opérationnel puis de manager.
Prérequis	Baccalauréat ou équivalent. Une période en entreprise est requise : 4 mois de stage en formation initiale, ou l'activité en entreprise pour les alternant(e)s.
Durée	1 an
Rythmes	Initial, alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) ou e-learning
Rentrées	Octobre, janvier, avril et juillet. En alternance : octobre et janvier. Les dates précises sont communiquées lors de l'inscription.
Admission	Sur candidature et entretien
Lieu	Campus Charité, 84 rue de la Charité, 69002 Lyon ; plus exceptionnellement en entreprise d'accueil et/ou à l'étranger
Tarifs et financement	Consultables sur ecole-de-commerce-de-lyon.fr/tarifs-financement/ . En alternance, la formation est prise en charge par l'opérateur de compétences (OPCO) de l'entreprise.
Accessibilité	Campus accessible aux personnes à mobilité réduite (ascenseur dédié, sanitaires adaptés). Un référent handicap étudie avec chaque personne les adaptations nécessaires.

Double cursus en alternance

En contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, l'apprenant(e) prépare un titre enregistré au RNCP en parallèle de son BBA. Les titres proposés, leur niveau et leur numéro de fiche sont présentés sur ecole-de-commerce-de-lyon.fr/formations/.

02 Objectifs et compétences visées

La formation vise l'acquisition d'une compétence professionnelle en matière de stratégie d'entreprise, d'encadrement et de management général. Au terme de son année de BBA, l'apprenant(e) doit avoir acquis :

- un savoir-être professionnel lui permettant de respecter les codes de l'entreprise : exemplarité, ponctualité, code vestimentaire, expression contrôlée, discrétion et réserve professionnelle ;
- les bases du management d'une équipe ;
- la maîtrise des outils d'analyse, de gestion des risques, d'anticipation et de projection stratégique d'entreprises de type PME.

03 Modalités pédagogiques

Méthodes

La formation est dispensée en face-à-face pédagogique (synchrone) et/ou en cours en ligne sur la plateforme d'enseignement à distance (asynchrone), répartis en onze domaines.

Moyens pédagogiques et techniques

- Cours en face-à-face pédagogique, complétés par la remise d'ouvrages et de fascicules.
- Une plateforme d'enseignement à distance, accessible pour toutes les disciplines enseignées et toutes les séances.
- Un support pédagogique projeté pour chaque cours : chaque salle est équipée d'un vidéoprojecteur à ultra-courte focale ou d'un écran, et le support est mis à disposition de l'apprenant(e) sur son espace personnel de la plateforme.

Organisation

- Cours du lundi au vendredi, sur une base hebdomadaire de 35 heures maximum.
- Horaires de 8 h au plus tôt à 19 h au plus tard, par tranches de 2, 3 ou 4 heures contiguës, avec une pause déjeuner d'une heure et des pauses intermédiaires de 10 minutes.
- Modules organisés en continu, avec possibilité de parcours individualisé.

04 Évaluation

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

- contrôle continu (QCM à la fin de chaque cours) ;
- partiels trimestriels ;
- mémoire : écrit et soutenance ;
- business plan : écrit et soutenance ;
- études de cas.

Calendrier des travaux

Au cours de l'année, l'apprenant(e) rend des travaux attestant de ses compétences et de l'application de ses connaissances : un mémoire et un business plan.

Mémoire

2 mois

après la rentrée :
problématique et plan

4 mois

état de l'art

7 mois

rendu final

8 mois

soutenance orale

Business plan

2 mois

après la rentrée :
présentation du projet et
de son aspect juridique

4 mois

présentation des
stratégies

7 mois

rendu final

8 mois

soutenance orale

Les rendus se font au format PDF, selon les modalités communiquées par le service pédagogique.

05 Équipe pédagogique

- Tous les enseignant(e)s de l'École de Commerce de Lyon font l'objet d'une déclaration d'enseigner auprès des services du rectorat. Leur diplôme (niveau bac+5 minimum), leur casier judiciaire et leur aptitude à enseigner sont vérifiés et réactualisés chaque année.
- Les enseignant(e)s sont formé(e)s à la didactique des sciences de gestion, aux matériels et à leurs propres disciplines.
- Ils et elles sont recruté(e)s dans le milieu professionnel pour leur expérience significative et réussie dans leur domaine 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.

06 Contenu de la formation

Le programme compte 237 séances réparties en onze domaines.

Commerce et distribution	25 séances	Banque et finance	19 séances
Management des ressources humaines	14 séances	Digital	23 séances
Comptabilité	25 séances	Stratégie	10 séances
Affaires internationales	10 séances	Droit	33 séances
Qualité, achats et logistique	23 séances	Marketing et communication	34 séances
Économie	21 séances		

Commerce et distribution		25 séances
S1	Les actions commerciales	
S2	Les comportements clients	
S3	La découverte des besoins et la méthode des 7C	
S4	Les ventes B to B et B to C	
S5	Les techniques de négociation	
S6	Le traitement des objections	
S7	La distribution	
S8	L'emailing	
S9	Les métiers de la vente (1)	
S10	Les clubs d'affaires	
S11	La vente additionnelle et le suivi de la vente	
S12	Le linéaire en grande surface	
S13	Le système commercial multilatéral	
S14	Le commerce et la distribution	
S15	Introduction à la politique de rétribution et aux circuits de distribution	
S16	Le plan d'action commercial	
S17	Les circuits de grande distribution et le merchandising	
S18	Le bilan de prospection	
S19	La prospection et la découverte des besoins	

S20	La découverte des besoins
S21	La reformulation et la conclusion
S22	La publicité sur le lieu de vente (PLV)
S23	Les métiers de la vente (2)
S24	L'analyse transactionnelle (AT) et la PNL
S25	Les différents postes de gestion

Management des ressources humaines

14 séances

S1	Théorie des organisations
S2	Management : les fondamentaux
S3	Introduction à la gestion des ressources humaines
S4	Le management de l'équipe commerciale (1)
S5	Le management de l'équipe commerciale (2)
S6	Le dossier du personnel et l'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 sa gestion

Comptabilité

25 séances

S1	Introduction à la comptabilité
S2	Les enjeux de la comptabilité de gestion
S3	Le PCG, les normes IAS et les US GAAP
S4	La présentation des performances en normes IFRS
S5	Les principaux documents comptables
S6	Le bilan

S7	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 soldes intermédiaires de gestion
S13	Les opérations d'investissement et la comptabilité en partie double (1)
S14	Les opérations d'investissement et la comptabilité en partie double (2)
S15	Le vocabulaire comptable
S16	Les enjeux de la gestion et le cadre financier
S17	Le compte de résultat
S18	La relation résultat-trésorerie
S19	La variabilité des charges : le point mort
S20	L'analyse financière
S21	La prévision financière et le plan de financement
S22	L'analyse des variables d'un projet
S23	Comprendre et concevoir la partie gestion d'un business plan
S24	Les contraintes de renouvellement des ressources
S25	Les deux variables clés d'exploitation

Affaires internationales

10 séances

S1	Commerce international et mondialisation
S2	Les principaux organismes internationaux
S3	Le système commercial multilatéral
S4	Les effets de la mondialisation sur le marché du travail
S5	Le diagnostic export
S6	L'export
S7	Les Incoterms
S8	Le marketing international : les fondamentaux
S9	Les aides et le financement à l'export

S10	Le renminbi et la dynamique des échanges commerciaux
-----	--

Qualité, achats et logistique

23 séances

S1	Introduction à la qualité
----	---------------------------

S2	Introduction à la logistique
----	------------------------------

S3	Introduction aux achats
----	-------------------------

S4	Les stocks
----	------------

S5	Les outils de la qualité (1)
----	------------------------------

S6	Les outils de la logistique
----	-----------------------------

S7	Le fret maritime
----	------------------

S8	Le fret aérien (1)
----	--------------------

S9	Le transport routier et ferroviaire
----	-------------------------------------

S10	Découverte de la qualité
-----	--------------------------

S11	Les normes qualité
-----	--------------------

S12	Les outils de la qualité (2)
-----	------------------------------

S13	Manager par la qualité
-----	------------------------

S14	Découvrir la supply chain
-----	---------------------------

S15	L'analyse des besoins et le processus d'achat
-----	---

S16	La typologie des achats
-----	-------------------------

S17	Le cahier des charges achats
-----	------------------------------

S18	Le choix des offres, la sélection et le suivi des fournisseurs
-----	--

S19	L'analyse des coûts d'achat
-----	-----------------------------

S20	Le fret aérien (2)
-----	--------------------

S21	Les outils d'efficacité professionnelle
-----	---

S22	Les outils de gestion appliquée : ERP, CRM, bases de données commerciales
-----	---

S23	Les outils informatiques et collaboratifs
-----	---

Économie

21 séances

S1	Les grands courants et l'histoire de la pensée économique
----	---

S2	Histoire des faits marquants en matière économique et sociale
----	---

S3	Le circuit économique, la comptabilité nationale et les équilibres macroéconomiques
S4	Les sources de la croissance économique
S5	Le marché (1)
S6	L'intervention de l'État
S7	La culture économique générale
S8	La mondialisation
S9	Les théories économiques
S10	La monnaie (1)
S11	La mesure de la croissance économique
S12	Le rôle de la banque centrale et la croissance de l'entreprise
S13	La monnaie (2)
S14	Les institutions financières et monétaires françaises et européennes, la politique monétaire
S15	L'économie politique
S16	Le financement de l'économie, la bourse et l'activité économique
S17	Le marché (2)
S18	Étude sectorielle : l'industrie agroalimentaire
S19	Étude sectorielle : l'industrie métallurgique
S20	Étude sectorielle : le tourisme
S21	Étude sectorielle : l'industrie plastique

Banque et finance

19 séances

S1	La monnaie
S2	Le rôle de la banque centrale
S3	Le droit au compte
S4	L'environnement juridique, économique et organisationnel de l'activité bancaire
S5	La gestion de la relation client en banque
S6	Le développement et le suivi de l'activité bancaire (1)
S7	Le développement et le suivi de l'activité bancaire (2)
S8	L'environnement économique, juridique et managérial de l'assurance
S9	La 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	La technique bancaire
S17	Les produits d'épargne
S18	L'assurance vie
S19	L'inspection générale et le contrôle

Digital

23 séances

S1	L'économie digitale
S2	Digital management et environnement économique du web (1)
S3	La communication digitale
S4	Le site internet (1)
S5	L'e-commerce
S6	La communication d'entreprise et les réseaux sociaux
S7	L'usage d'internet dans les entreprises
S8	Système d'information et gestion
S9	Les outils de présentation : Prezi, PowerPoint, Keynote
S10	La mondialisation
S11	Excel : niveau débutant
S12	Excel : niveau confirmé
S13	Le marketing 2.0
S14	Les réseaux sociaux
S15	Utiliser efficacement les techniques de communication à distance
S16	Prezi
S17	Le site internet (2)
S18	La relation client à distance, les entreprises et internet, la distribution en ligne

S19	Le marketing mobile
S20	Digital management et environnement économique du web (2)
S21	L'emailing
S22	La contrefaçon sur internet
S23	Système d'information et gestion de la donnée

Stratégie

10 séances

S1	Le mandat social et les modes de gestion d'entreprise
S2	La croissance des entreprises
S3	Le business plan
S4	La stratégie d'internationalisation
S5	Les modes de règlement des conflits
S6	Business plan : fiche signalétique
S7	La stratégie commerciale
S8	Business plan : marketing et produit
S9	Business plan : qualité, achats et logistique
S10	Business plan : les comptes prévisionnels

Droit

33 séances

S1	Définition du droit
S2	Introduction au droit
S3	Les sources du droit
S4	L'organisation judiciaire
S5	Les personnes juridiques et leur patrimoine
S6	Droit des obligations, droit des contrats et contrat de société
S7	Les contrats
S8	La responsabilité délictuelle et quasi délictuelle
S9	La preuve et 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 et personnalité juridique
S15	Le contrat et la diversité des contrats de travail
S16	Les pouvoirs de l'employeur, les institutions représentatives du personnel, le droit négocié et les relations individuelles de travail
S17	La médiation, l'arbitrage et le règlement des conflits
S18	La CSG et la CRDS
S19	Les sociétés commerciales
S20	Les sociétés de personnes et l'EIRL
S21	Les sociétés de fait
S22	Les sociétés civiles, l'IS, l'impôt sur le revenu des particuliers et l'IR de l'entreprise individuelle
S23	Les SCOP
S24	La holding
S25	Introduction générale au droit fiscal
S26	La CET et les impôts locaux
S27	La taxe sur la valeur ajoutée (TVA)
S28	Le crédit d'impôt, les aides fiscales et le contrôle fiscal
S29	L'association
S30	Le contentieux bancaire
S31	Le formalisme des sûretés
S32	La comptabilité des sociétés civiles et le droit négocié
S33	Le droit commercial

Marketing et communication

34 séances

S1	Introduction au marketing
S2	Les fondamentaux
S3	Marketing fondamental
S4	La gestion des réseaux sociaux et l'e-réputation
S5	Le marketing mix

S6	Introduction à la communication intra et interpersonnelle
S7	Introduction à la communication institutionnelle
S8	Les matrices (1)
S9	Les outils du marketing
S10	Le client, cible du marketing
S11	L'étude de marché
S12	Réaliser une étude de marché
S13	Structure et fonctionnement d'un marché
S14	Concevoir et réaliser un moyen de communication (1)
S15	Les prestataires de la communication
S16	Le marketing et ses fondamentaux
S17	Introduction au marketing mix
S18	Le client : cibles marketing
S19	La segmentation de la clientèle
S20	Les études de marché et le benchmarking
S21	Les supports imprimés
S22	Les identités visuelles
S23	Le communiqué de presse et le plan marketing du business plan
S24	Les études marketing
S25	Les matrices (2)
S26	Marketing tactique et stratégie : la méthode en 5 phases
S27	La communication verbale et interpersonnelle
S28	Concevoir et réaliser un moyen de communication (2)
S29	La relation presse
S30	La communication d'équipe
S31	Le plan marketing, la présentation du business plan et la réalisation d'un support
S32	Le personal branding
S33	La communication interne
S34	Le marketing et la communication externe

07 Contact

Service pédagogique, École de Commerce de Lyon®

84 rue de la Charité, 69002 Lyon

Formulaire de contact : ecole-de-commerce-de-lyon.fr/demande-de-renseignement/

Toutes les informations et conditions des cours sont disponibles auprès du service pédagogique. Situation de handicap : précisez-le dans votre demande, le référent handicap vous répondra.

École de Commerce de Lyon® · Établissement d'enseignement supérieur privé · 84 rue de la Charité, 69002 Lyon · ecole-de-commerce-de-lyon.fr
SAS au capital de 50 000 € · Code APE 8542Z · SIRET 793 367 780 00053 · Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 82 69 12766 69 auprès du préfet de région
Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.