

Section Bac	Assurances		
Nom de l'UE	Distribution des produits d'assurances, contrôle, législation		
Nom du professeur	S. De Busscher		
Niveau	1	Unité déterminante	Non
Nombre de périodes	80	Pré requis pour	Gestion d'un bureau d'intermédiaire en assurances
Langue de cours	français	Crédits ECTS	7

Objectif du cours

- S'approprier des connaissances et techniques de base dans le secteur de la distribution des produits d'assurances
- Appréhender les bases d'une approche marketing par l'analyse des besoins de la clientèle et la mise en œuvre du marketing mix
- Analyser le secteur de la distribution de produits d'assurance
- Apprendre à travailler en équipe et à développer une pensée critique et innovatrice lors d'exercices pratiques

Contenu du cours

- Les concepts clés et fondements de la démarche marketing, des techniques de communication et processus de vente
- Les entreprises de services et le secteur de la distribution des produits d'assurance
- Le marketing mix en assurances : concepts théoriques et cas pratiques concernant :
 - l'élaboration d'une politique d'offre
 - la politique de communication et la mise en place d'un plan d'actions commerciales
 - l'organisation et le management de la distribution
- Les études de marché dans l'assurance
- Clés de réussite pour conquérir et fidéliser de nouveaux clients
- Règles d'or pour réussir durablement son marketing dans l'assurance

Méthodologie

- Cours oral avec support Powerpoint
- Analyse de dossiers de lecture se référant à des thèmes spécifiques développés durant le cours
- Témoignages de praticiens externes.
- Exercices pratiques avec les étudiants, études de cas

Supports

- Slides Powerpoint
- Dossiers de lecture avec un focus sur les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication
- Exercices, mini cas
- Exposé d'un courtier concernant le marketing mix d'un Bureau de courtage.
- Livre concernant le marketing des assurances

Acquis d'apprentissage

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

face à une situation-problème illustrant des problématiques liées à la distribution des produits d'assurances y compris les démarches marketing associées, tout en disposant des textes législatifs et de la documentation qu'il s'est constituée,

de mettre en œuvre une démarche professionnelle conduisant à :

- analyser les produits disponibles dans le secteur et proposer une approche de développement marketing d'un produit ciblé ;
- proposer, pour une clientèle donnée, une (des) technique(s) de vente appropriée(s) au problème posé ;
- expliciter les missions et la hiérarchisation des compétences des divers organismes concernés par les techniques de distribution.

Evaluation

- Travail de groupe basé sur la recherche et l'exploitation d'informations utiles pour la préparation d'une étude de cas ou d'une étude de marché
- Examen écrit individuel comportant une partie théorique et pratique

Pondération

Travaux de 1ere session	Evaluation de 1ere session	Evaluation certificative de 1ère session	Evaluation de 2de session
25%	75%	25%	75%