

ECTS-fiche – Content Marketing

Van strategie tot digitale contentcreatie met AI

Algemene gegevens

- Academiejaar: 2026–2027
- Aantal studiepunten: 10 SP
- Onderwijstaal: Nederlands
- Type opleidingsonderdeel: Bijscholing (Hybride)
- Algemene toelatingsvoorwaarden: zie onderwijs- en examenregeling
- Volgordelijkheid / Instapvoorwaarden: Diploma hoger onderwijs óf aantoonbare relevante professionele praktijkervaring. Basiskennis marketing en digitale communicatie is vereist; niet geschikt voor absolute beginners.

1. Omschrijving en doelstellingen

Content Marketing biedt een geïntegreerd, kritisch en praktijkgericht inzicht in hoe organisaties strategisch digitale content inzetten om zichtbaarheid, vertrouwen en duurzame klantrelaties op te bouwen. De opleiding is specifiek ontworpen voor professionals die direct inzetbare vaardigheden wensen te verwerven.

Vertrekkend vanuit de noodzaak om met beperkte marketingbudgetten doelgericht en consistent te communiceren, verwerven deelnemers diepgaand inzicht in de volledige contentketen. Er is expliciete aandacht voor de fundamentele verschuiving die wordt veroorzaakt door de integratie van artificiële intelligentie (AI) in contentworkflows. Deelnemers leren AI niet als blinde vervanger, maar als structurele partner en versneller in te zetten voor strategie, creatie en optimalisatie, zonder kwaliteitsverlies.

De bijscholing hanteert een "learning by doing"-didactiek waarbij strategische diepgang gekoppeld wordt aan operationele uitvoering over verschillende contentvormen heen (tekst, beeld en video). Dit resulteert in een persoonlijk, professioneel presenteerbaar contentportfolio dat direct inzetbaar is binnen de eigen job of freelancepraktijk.

2. Leerresultaten (beoogde competenties)

Na het succesvol afronden van dit opleidingsonderdeel kan de deelnemer zelfstandig:

- Een onderbouwde, toekomstgerichte contentstrategie ontwikkelen in functie van merkopbouw, lead generation en personal branding.
- Doelgroepgerichte en conversiegerichte digitale content creëren voor diverse digitale kanalen.
- AI-tools efficiënt, kritisch en verantwoord integreren in professionele contentworkflows.
- Verschillende contentformats toepassen en optimaliseren voor web, social media en digitale campagnes.
- De consistentie, kwaliteit en visuele merkidentiteit (*brand consistency*) bewaken over diverse digitale kanalen.
- Een professioneel, kwalitatief hoogstaand contentportfolio opbouwen en presenteren ten behoeve van een job- of freelancecontext.
- Contentprestaties en -strategieën kritisch evalueren op basis van data en iteratief bijsturen.

3. Inhoud

De opleiding is opgezet als één samenhangend leertraject van 10 studiepunten (SP). Dit traject bestaat uit vier inhoudelijke kernmodules.

Module 1: Copywriting voor web & social

- Conversiegericht schrijven en storytelling voor digitale kanalen.
- Toepassen van tekstformats voor websites, blogs, social media en e-mailcampagnes.
- Gebruik van AI-ondersteunde copywritingtools voor drafts, ideatie en SEO-optimalisatie.

Module 2: Visuele contentcreatie

- Introductie visuele content | Merkidentiteit & templates. Vertaling van huisstijl naar digitale dragers en het opzetten van efficiënte designworkflows.
- Beeldtaal en compositie | Infographics en carrousels. Visuele hiërarchie en formats voor diverse kanalen.
- AI-afbeeldingen | Auteursrecht en ethiek. Genereren van professionele visuele assets en de juridische/ethische implicaties binnen het werkveld.
- Casemoment | Feedback en portfoliobeoordeling. Visuele uitwerking voor het eigen project, collegiale feedback en verfijning.

Module 3: Videocontent voor marketing

- Ontwikkelen van een videostrategie, storyboards en scripts.
- Creatie van korte video formats (reels, shorts, TikToks) via smartphoneproductie.
- Efficiënte editing workflows, mobiele montage-apps en AI-automatisatie.

Module 4: Contentmarketing voor lead generation & personal branding

- Online profilering, netwerkstrategieën en thought leadership (focus op LinkedIn).
- Authentieke en geloofwaardige B2B- en B2C-communicatie.
- Het uitbouwen van een sterk en herkenbaar digitaal merk.

Integratie & toepassing

- Overkoepelende contentstrategie en kanaalarchitectuur.
- Geïntegreerde AI-workflows, digitale trends en algoritmes.
- Persoonlijke portfolio-begeleiding en de gecombineerde slotsessie (integratie, presentatie en kritische reflectie).

4. Onderwijsvormen

De didactische aanpak is hybride en sterk praktijkgericht ("learning by doing"):

- Hoorcolleges en praktijkdemo's: Live sessies (on campus Brussel en interactief online) ondersteund door herbekijkbare lesopnames en korte kennisclips.
- Praktijkgerichte workshops en oefensessies: Hands-on training met actuele digitale tools en AI-toepassingen.
- Case-based learning: Directe toepassing van alle opdrachten op een reële case uit de eigen professionele context.
- Peer learning en feedbackmomenten: Gestructureerde momenten van feedback door mededeelnemers en docenten ter simulatie van een professionele werkomgeving.
- Zelfstudie: Zelfstandig doornemen van studiemateriaal, video-instructies en literatuur.

5. Studie- en verwerkingstijd

- Contacturen (on campus & online live): +/- 48 uur (gespreid over 18 sessies)
- Zelfstudie, voorbereiding, praktijkopdrachten en portfolio-opbouw: ca. 220 uur
- Totale studiebelasting: ongeveer 268 uur

6. Evaluatie

De evaluatie is permanent en volledig productgericht. Er wordt geen klassiek of afzonderlijk schriftelijk of mondeling examen georganiseerd.

Evaluatievorm: geïntegreerd professioneel portfolio (100% van de punten)

De deelnemer bouwt gedurende het opleidingstraject stapsgewijs een geïntegreerd portfolio op waarin de opdrachten uit de vier modules samenkomen tot één sluitende marketingcase.

Het portfolio omvat:

- De strategische onderbouwing en kanaalkeuze voor de gekozen case.
- De concrete uitgewerkte content-assets (copywriting, visuals, AI-toepassingen en short-form video).
- Een kritische reflectie op de gemaakte keuzes, het ethisch gebruik van AI en de verwerking van de ontvangen feedback.
- De presentatie en verdediging van het portfolio tijdens de fysieke slotsessie.

Beoordelingscriteria

- Strategisch inzicht, onderbouwing en samenhang over de modules heen.
- Professionele kwaliteit, creativiteit en marktconformiteit van de opgeleverde content.
- Doordacht, transparant en verantwoord gebruik van AI-workflows.
- Professioneel presenteerbare communicatie en directe toepasbaarheid in de beroepspraktijk.

Evaluatiemodaliteiten en slaagvoorwaarden eerste examenkans

- Slaagcijfer: De deelnemer dient minstens 50% van de punten te behalen op het geïntegreerde portfolio om te slagen.
- Inleverdeadline: de exacte deadlines voor de tussentijdse portfolio-onderdelen en de definitieve oplevering worden gecommuniceerd via de digitale leeromgeving Toledo. Eventuele nadere richtlijnen worden eveneens via Toledo meegedeeld.
- Niet afgelegd (NA): Indien de portfolio-opdracht niet, onvolledig of te laat wordt ingediend, resulteert dit onherroepelijk in een NA (niet afgelegd).

Tweede examenkans

De evaluatiemodaliteiten voor de tweede examenkans zijn identiek aan die van de eerste examenkans. De deelnemer krijgt de mogelijkheid om het portfolio op basis van de ontvangen feedback te corrigeren, aan te vullen en opnieuw in te dienen tegen de vastgestelde deadline van de tweede zitting.

7. Studiemateriaal

Verplicht studiemateriaal

- Digitale leermaterialen, casestudies, demo-instructies en oefenbestanden beschikbaar via de digitale leeromgeving (Toledo).
- Toegang tot de Odoo-softwareomgeving (gratis licentie via Odisee).
- Willaerts, C., *Content Marketing Like a PRO*, Lannoo Campus.

Aanbevolen studiemateriaal

- Aanvullende weblinks, actuele trendrapporten en tool-specifieke handleidingen die tijdens de sessies worden aangereikt.