

2023年新媒体运营培训课程学 新媒体运营工作总结优选(汇总5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

新媒体运营培训课程学篇一

1、有微信、小红书、微博、快手、抖音等社交*台大号运营经验；

3、具有口碑营销、活动营销、病毒式与营销等营销性手段；

4、具有良好的策略思考能力，并能独立撰写新媒体营销方案；

5、根据用户需求和市场变化，定期针对推广效果进行跟踪，统计、分析、评估并不断做出优化方案。

6、具备团队协作，管理团队能力；

1、高中及以上学历，有淘宝运营、直播管理、抖音小红书等新媒体运营相关工作经验；

4、具体3年及以上新媒体从业经验，2年以上新媒体团队管理经验。

新媒体运营培训课程学篇二

(2) 协助社交媒体内容、活动的策划工作；

(3) 负责行业热点新闻、信息的收集采编工作，对行业热点

具有一定的敏锐度；

(4) 收集社交媒体平台的热门文章、信息，进行整合分享。

(1) 广告传播、计算机、新闻或文学相关专业；

(2) 热爱社交媒体，如微博、微信等；

(3) 有文案、策划、媒体实习经历者优先；

(4) 对新媒体营销和传播方式的了解；

(5) 责任心强、亲和力，有良好的沟通、实施能力及团队合作精神；

(6) 有文字功底，阅读能力；

(7) 懂点平面设计如ps□摄影剪辑。

新媒体运营培训课程学篇三

媒体的行业人写总结时大部分会很沮丧，20__年基本上被定为媒体大倾颓的一年。前一年还风生水起的媒体新秀，转眼就开始裁员或者被新媒体侵吞。而拿着计划书出去找钱的人，已经心知肚明地将“读者”改为“用户”，一切“媒体”全都自动改换为“社区”或者“平台”。

但在生物链的另一端，所谓的新媒体也未见多乐观，他们同样面临着一份难以下笔的总结。在拿到投资后，除了花钱的速度不同外，少有做出令人信服的新媒体产品；新的盈利模式没有一点出来的迹象；没有完整的闭环；一句话，除了烧钱，别无他法。显然，这不是一个投资人乐见的局面，更不是一个健康的模式。

前些时候，从自媒体的微信公号开始，因为版权问题，道歉几乎成为一种时髦。道歉成为一种推广，成为一种姿态，成为一种向别人问责的手段，成为表明道德优越性的方式。但自媒体的公号，绝大部分内容都是“法外容情”，所以在某种畸形的时刻，道歉也可以成为一种生产力。

版权问题把这个事说小了。从表面来看，无论是新旧媒体，大家其实还是在乎生产内容。区别是，有些内容拿去印成了铅字，有些内容发送到了手机或者__上，然后这两边再抄来抄去，再扯皮。所以有媒体人开始自我安慰：没事，无论新媒体旧媒体，只要是媒体，就还需要内容，我们的价值就还在。

首先，媒体所代表的资讯传递和观点表达的一统天下，早已不再是稀缺资源。编辑主导，在某种程度上也走下了神坛，“新闻专业主义”的威权已经因资讯的传播方式而被动摇。另外，__、微信“朋友圈广告位”的出现这都是过去从未有过的内容生产方式。在某种程度上，这也是一沾上新媒体能卖出大价钱的原因所在。

不过，如果只是这样，很难想象这是一次技术引发的媒体行业革命，或者是一次革媒体命的技术变化。而整个媒体行业，也不至于震动和幻灭。竹简、纸、印刷机、手机阅读端。这些对阅读的改变程度是不一样的。时至今日，之前可能是对阅读方式的改变，而现在，更多的是阅读本身的改变。

传统意义的阅读，现在渐渐演变成新的含义：打发时间。地铁里的白领们拿着手机“阅读”，和他们切换界面玩一个手机游戏，之间他的状态是不需要任何过渡的。对这样的事情，你无法视而不见并自圆其说地认为：只要阅读还在，我们的价值就在。

一个喜欢__的作家说：媒体以前是资讯和观点的提供者，而现在它的角色则更像文学，是需要你一个人耐心读进去。而

之前我们在地铁上、咖啡馆里读报的时间和心情，现在则被手机占据和替代，用手机刷朋友圈，上微博客户端，在那里你不是一个人，你置身于一个热闹的、喧嚣的、虚拟的社区内而这些，之前是当大家一起聊新闻、交换观点和想法时才有的体验。

过去，这样的功能则是由书本化的阅读所带给我们的。至于在互联网时代，书籍的命运如何，出版业又将去向何方？那则是另外一则悲伤的故事。

我听过的比较豁达的一句话却是：就算传统媒体全部死掉，也应该有人留至最后，无论是作为陪葬人或守墓人。

新媒体运营培训课程学篇四

这一年的工作主要集中在平面设计、新媒体运营，今年在领导和同志的帮助下学习理解企业产品，对贵金属行业的知识有很多积累，为本职工作顺利开展奠定了很好的基础。将20_年个人具体工作内容总结报告如下：

一、今年主要工作总结

(一)、平面设计工作

1. 海报类：

3. 总公司的设计协助：

食堂海报、图片;ppt用图片□gif图等;logo墙设计效果图及其它。

(二)、新媒体工作

3. 对接线上平台：微帆服务平台开发：因微帆业务调整，明

年取消分销系统开发，此项工作从6月份开始没有更新。

(三)、其它工作

1. 公司会议纪要记录；
2. 协助薛继深做一些简单的办公室工作；
3. 领导安排的临时性工作。

二、_年工作中存在的问题及解决办法

1. 微信公众号这块的工作成效不是很显著。

(1) 公众号粉丝量目前为711人，增长源方面主要依靠店内吸引会员，公众号发文转发朋友圈吸引粉丝，在店内活动期关注量增长明显，取消关注率也较高，但整体粉丝量还是上升趋势。用户年龄层分析：26-35岁，263人，37.3%，36-45岁，235人，33.33%，为两个占比最高的年龄层，其中18岁以下，60岁以上占比最少，1.84%；地域分布：北京366人，52.29%，广东省88人，12.57%，河北省47人，6.71%；上海34人，江苏26人，浙江16人，山东14人，解决方案：还需要加大店面活动期吸引会员加关注，根据后台的数据分析，年龄层26-45之间也是成为会员的主力，地域分析粗略判断应该是受我们店的分布影响比较多。

(2) 在取消关注时间段中，更新后取消率最高；粉丝的活跃度不高，主推文的阅读量一般在200+，阅读量最高的一篇文章是第三季度编织评选的文章，为2610，贵友店开业阅读量为693次，深圳运营研发中心开业为946次，第一季度编织评选为767次，第二季度为830次。解决方案：公众号运营影响因素比较多，但主要因素还是在账号的定位和有质量的内容两方面。_年依然需要在内容方面投入更多精力，内容定位，内容规划这两个方面多做探索，在原创和转发、借鉴资料等

方面都能做到有的放矢，用质量内容吸引粉丝并留住粉丝。_年公众号运营工作要做好目标用户分析，或者是构成现有用户的大部分群体的分析。根据用户群体来确定公众号定位，做好公众号内容、菜单等部分的搭建，以这些内容为基础提高公众号质量，通过“内容创作,内容传播,粉丝关注,粉丝维护”这样的过程，吸引并留住用户。时常查看微信公众号后台数据并对用户分析，以数据为导向去支撑产品的运营，形成公众号运营的良性循环。

2. 美篇的宣传推广

(1) 日常的每周推荐编辑发布。基本上保持每周3篇的文章，内容主要是根据店内产品图片添加寓意作为店内推广链接，阅读量基本维持的一百上下，点赞为零，此项推广从数据上看，店员的重视度不够，对内容只限于转发，并没有阅读。解决方案：_年减少到每周2篇，提高内容质量，每周推荐的图片做好分类整理，寓意和文案及时跟进，宣传推广的同时也作为店员了解公司产品的一个有效渠道，便于店员在转发的同时点赞并学习内容，成为公司产品培训的一个平台。

(2) 节假日活动专题链接。美篇作为店内活动推广的`主要线上平台，从数据上看效果还是有的，昌平新世纪店七夕专题的阅读人次达到最高，为3178次，其它各店的节日活动专题链接阅读量也都在200+-300+。解决方案：_年美篇作为各店节假日及活动的主要的线上宣传平台依旧保持并提高推广效果。

3. 宣传及物料设计工作。节假日活动的宣传按照店内活动内容完成吊旗、海报、刀旗、地贴等物料，朋友圈转发文案、微宣海报的设计工作，工作比较多，工作时间也集中，文案、设计工作积压会影响工作进程和完成质量。解决方案：运营对各店各节假日活动内容提前做好方案及时间安排，对主推产品物料的需求提前做好讨论沟通，整理归纳，整体计划，设计方面也便于根据各店活动开展的具体时间做好工作安排，

整体考虑设计风格、颜色确定，提高设计质量。设计稿完成后是否修改，及时反馈意见，如无意见也及时给予回复，便于确认设计稿是否交付后期打印制作。

三、_年工作计划：

5. 建立敦煌素材库，通过网络、敦煌的相关展览收集整理素材，建立素材库，绘制至少50张矢量图，根据图库提炼核心元素。

新媒体运营培训课程学篇五

1、具有较强的新闻、热点敏感性，有较强的文案功底，对微博和微信运营成功案例者优先

4、知识面广，思维活跃，工作主动，有责任感，能承受较大的工作压力；

5、良好团队合作精神；较强的执行力，独立思考能力，观察力和应变能力；