

数字万年历原理图 数字生活心得体会 会(优质6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

数字万年历原理图篇一

在第七届中国—亚欧博览会上，中国电信新疆公司以“共铸国云 智领未来”为主题的展厅，展示了“云改数转”赋能千行百业的最新实践。

“展厅设置有26个展台，重点展现了中国电信在数字政府、数字经济、数字社会三个方面的信息化应用成果。”中国电信新疆公司政企客户支撑部副总经理袁国梁说，这也充分体现了中国电信“云、网、数、智、安”的融合资源优势，让观众近距离感受了云计算、5G等一系列前沿科技成果。

“自主可控、安全可信、稳定可靠”的政务云、一系列数字防疫产品、智慧公共服务助力城市实现智能管理、平安慧眼赋能社会治理智能化、5G云诊疗远程影像分析……一幕幕数字化场景，一个个标杆案例，让人目不暇接，不由感慨数字科技让现代生活发生的巨大变化。

“在数字经济时代，公司以云网融合为核心，全面建设数字信息基础设施。”袁国梁边带记者参观边介绍，中国电信新疆公司已在14个地州市分公司建设了核心的天翼云节点、千城千池（鼓励中小城市按需建设云资源池、边缘云节点、内容分发网络等设施，实现云网边协同发展），并通过为数字政府打造的政务云、社会治理、城市运管服、乡村振兴等云和大数据平台，以及全球最大的运营商级别的视频回传和处

理网络，构建了第五张基础网——天翼视联网。

在展厅“防疫哨兵”打卡点，记者通过刷脸、刷码、刷身份证可直接看到自己的体温、健康码、核酸报告、疫苗接种情况，通过融合语音播报亲身感受超高效率的“防疫数字哨兵”一体机，“实景”参观电信智慧工业如何助力产业“智造”……丰富的互动项目，让记者尽情感受中国电信“黑科技”带来的沉浸式体验。

袁国梁介绍，中国电信新疆公司积极加快“5g+工业互联网”布局，已成功助力新疆首个5g+电力“智慧大脑”投运。同时中国电信新疆公司还积极构建数字新疆智能化综合性信息基础设施，建设新疆一体化政务数据共享服务平台，推动政务、经济、社会等各领域数据间的多源汇聚、深度融合、有效共享和有序开放，不断发挥数据作为国家基础性战略资源的作用。

数字万年历原理图篇二

通过培训学习，使我们进一步地掌握了有关现代信息技术的知识,提高了认识。随着计算机、多媒体、现代通讯网络为代表的信息技术的迅猛发展，信息技术已经渗透到了教育领域，在教育领域中引起了一场深刻的变化。信息技术在教育领域的应用，对于转变信息教育观念，促进教育模式，教学内容，教学方法和教学手段的改革，对于实施素质教育，促进基础教育的发展，全面提高教育质量和效益，都具有重要的意义。

信息素养是终生学习者具有的特征。在信息社会，一名高素质的教师应具有现代化的教育思想、教学观念，掌握现代化的教学方法和教学手段，熟练运用信息工具（网络、电脑）对信息资源进行有效的收集、组织、运用,这些素质的养成就要求教师不断地学习，才能满足现代化教学的需要,如果教师没有良好的信息素养，就不能成为一名满足现代教学需要的

高素质的教师。

在迅猛发展的信息社会，信息日益成为社会各领域中最活跃、最具有决定意义的因素。教学过程是一个教育者（主要是教师）对教育信息的整理、加工和传播的过程。教师是这一过程中主要的信源和传输者，在教育信息的准备和传递等方面起着举足轻重的作用。因此，教育系统本身要求教师具备一定的信息素养。

为了进一步加快教师现代化教育信息意识，我做了一下小结。

一、参加培训的教师情况。培训当中所有老师全部正常到场。

二、培训效果。

1、全体参加培训的教师在培训过程种都很认真，刻苦，好学。

2、培训完毕后就参加了培训总结。

3、培训过程种教师兴趣高涨，有不明的地方及时寻求答案

4、培训内容结束后通过死地操作加深了对内容的把握和理解。

5、通过模仿，提高课堂质量。

通过培训，虽然短暂，但受益不浅，其感触非一一能言尽。在将来的工作岗位上，我们一定扎实工作，努力学习，把用所学到的教育技术知识更好地应用教研教改中，做一名对学生负责，对学校负责，对社会负责的优秀教师。

数字万年历原理图篇三

经过一周的学习，我深刻地认识到数字经济确实离我们的生产生活很近，作为一种新的生产要素，大数据分析运用已

经引起了生产关系的变革，这对于遂昌既是机遇也是挑战。未来五年绝对是我国数字经济发展的黄金时期，也是遂昌搭乘“数字经济”这架“列车”实现换道超车的黄金时期，如何把握住这黄金时期，是遂昌的考题，也是挥洒“遂昌之汗”的答卷。

数字经济是指以数字化知识和信息为关键生产要素、以现代信息网络为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动(G20峰会，2016)，其两大形态分别为数字产业化和产业数字化。数字经济成为推动我国经济高质量发展的关键动力，数字技术融合创新及普惠化进程加快，为赋能“欠发达地区”更快、更好发展带来新机遇。

产业要素变革，拉平产业发展资源禀赋。数字经济领域的技术创新、企业成长路径与传统产业经济领域相比发生了较大变化。技术创新方面，数字经济领域的技术创新依赖于大量高质量的数据资源，通过不断的训练来优化模型和算法，实现新技术的创新迭代。数字经济企业成长方面，企业需要大量的特色真实场景构建新技术、新产品、新服务优化迭代的闭环，同时需要成熟产品与服务的应用空间，实现细分市场的快速扩张。因此，吸引数字经济企业落地发展的核心要素从土地、补贴、政策等传统要素转变为数据、场景、市场等新要素。从以上角度来看，相比发达地区在传统要素构建的巨大竞争优势，在新要素方面各地区的资源禀赋上相差不大，遂昌和其他地区在数字经济发展上就处于同一起跑线，再加上我县已经开始了“天工之城”建设，在这一点上，遂昌其实已经领先一步了。

发展空间变革，摆脱物理空间区位限制。回顾整个经济发展的历史，每一次的技术变革都将会带来生产要素及生产力的变化，从而推动城市发展区位的不断变迁。在农业经济时代，人们逐水而居，地形、气候、河流等自然地理因素有突出优势，经济较发达城市均分布在河流沿岸平原地区。在工业经

济时代，城市发展所依赖的生产要素以及经济联系更加复杂，城市发展区布局更加分散化，比如依赖矿产资源丰富地区形成的矿业城镇，依托发达制造业形成的工业城市、城市群或城市带，基于商品交易与贸易往来形成的陆上枢纽城市、水陆枢纽城市、海陆联运枢纽城市，以及依赖高密度智力资源形成的“科学城”。进入数字经济新时代，经济运行的在线化、数字化进程加快，将加速产业要素自由流动，减少对自然资源、智力资源、物理枢纽等传统要素的依赖，从而破除经济发展的空间壁垒，避开了我县交通“卡脖子”的大难题，数字经济的发展将为我县带来加快集聚的产业资源，实现高效发展的新机遇。

我县需结合自身资源禀赋及发展目标，按照“构筑数字基础—吸引企业项目—培育产业生态—优化政策环境”递进发展的路径，在构建“天工之城”的基础上推进数字经济建设的体系化，形成推动数字经济高质量发展的良性循环。

（一）加强数字城市建设，培育数字经济发展土壤

加快数字城市整体谋划与建设，优化数字化软硬环境，夯实数字经济发展的底层基础。一是全局谋划数字城市建设，促进政务业务数字化，推进政务数据的整合，打造充实的政务数据资源池，通过完善数据共享开放机制，建立数据要素资源价值释放优势。以赶街为例，赶街是我县电商一大特色，但近年来发展并不理想，是否可以利用大数据分析问题，总结出经验和规律，再有针对性地进行发展。二是树立数字经济发展新思维，以数字城市建设为契机，加强与研究院所合作，为政府工作人员提供周期性、专业化的数字城市、数字经济专项培训，促进思想解放，加快树立符合数字经济发展的服务意识、责任意识、发展意识。

（二）挖掘打造特色场景，开放场景换产业项目

数字经济高速迭代发展、发展要素深化变革需要我县提

升“精准谋划布局+特色资源配置”能力，以构建与发达地区的差异化竞争优势。一是建立数字经济产业跟踪体系，加强与第三方智库合作，如本期培训班中的各位老师，都是数字经济建设方面的专家，应当与其加深合作，全局规划遂昌数字经济发展的蓝图，建立数字经济产业图谱，构建技术创新、企业布局、产业发展动态追踪机制，为精准化“引链、建链、补链、强链”提供科学参考。二是谋划特色化应用场景，特色数据与场景是吸引数字经济创业团队、企业落地重要砝码，我县应加快本地数据资源、场景资源梳理，充分利用我县生态优势，打造分时经济场景，强化5g网络建设，提高网速，建立特色场景资源目录，定期发布场景资源与特色场景建设成果，打造数字经济企业招引“高地”。三是开展企业招引精准对接，深化“以场景换项目，以市场换产业”的追赶模式，打破传统产业梯度转移的思维，加速业务、项目聚变成团队、企业，构建数字经济发展基础，然后尽量把相关产业沉淀下来，培育成遂昌本土的数字经济产业。

(三) 引培平台型服务商，构建数字经济产业生态

深化应用“平台化”发展模式，加强“天工之城”引培力度，依托“天工之城”加快数字经济产业要素集聚，构建产业发展生态，促进数字经济爆发式成长。一方面招引培育数字经济平台型企业，构建虚拟产业集群，加大本地大型传统企业的支持力度，加速平台化转型；聚焦教育、健康等大产业数字化转型以及区块链、人工智能等新产业，加快本地潜力平台企业挖掘与培育。另一方面打造数字经济集聚载体，构建立体式、高效能平台体系，在古院、湖山重点区域，在建设数字经济发展标志性平台建设的基础上，强化数字经济研究院、实验室、技术应用推广中心等创新性平台引入，建立与虚拟产业集群的互动体系，以技术创新赋能数字经济产业集群加快发展，在“三创”融合的平台基础上，探究产、学、研一体化的平台运营模式。

(四) 创新数字治理模式，营造数字政策“凹地”

围绕数字经济生态构建的切实需要，强化政策创新、机制创新，提升数字经济监管服务治理能力，提高数字经济发展精准扶持水平。一是建立本地特色数字经济评价体系，针对我县数字经济发展特点，研究建立数字经济发展相关统计、评价、考核与激励机制，强化政府部门内部协同治理能力，提升数字经济发展水平科学评测、监管、服务水平。二是构建精准高效协同的政策链，详细梳理整合我县现有政策体系，打破政策协同和兑现瓶颈，如产业政策和人才政策，围绕数字产业化、产业数字化两大路径，制定支持技术突破、数据资源开放、场景创新构建、企业主体培育、产业数字化转型、数字化平台构建、人才梯度构建等一系列政策，为数字经济发展提供全生命周期政策精准支持。

数字万年历原理图篇四

我经过了两天时间的网上视频学习，通过认真听了教授的讲座，我们对数字化教学方案的设计和实施了有了新的认识，拓宽了我的思维模式，知道了在网络环境下该怎么去做网络资源的整理，网络中该怎么去进行授课内容的材料准备，注重平时材料的主动积累。我清楚的认识到了优秀ppt的关键点哪里，该怎么去制作，第一次接触了思维导图的思想，知道了改怎么去制作以及思维导图有哪些运用。

(1) 学校科研处精心准备：在中职信息技术培训的通知下发后，积极组织全校教师报名参加培训，及时提醒报名的教师参加网上学习。

(2) 教师们学习目标明确：学习中心坊主提出争取圆满完成学习任务，争当优秀班级的目标，学员们学习积极性高涨。

1、网络环境下，该怎么样去进行教学资源的整合？

各个教研组、办公室建立自己相应的教师图片素材库、音频

素材库、视频素材库以及以学生为主的学生作品素材库，整个素材库会占用很大的存储空间，单纯依靠人工来管理可能会很麻烦，因为涉及到各种分类和子分类，同时大多的内容检索起来也是很繁琐的一件事。因此需要建立一个素材库的通用管理平台。上传之前，老师根据自己整理收集的资源、材料等进行相应的标签和归类，便于需要使用的老师进行查找。对于属于老师个人作品的资源，比如ppt、flash等资源这需要有老师个人的授权，其他老师才能下载使用。为了提高老师们将资源共享出来的积极性，我们采取了资源交换的办法，对每个资源计分，如果你要使用别人的资源，你必须先上传自己的资源，同时要有专门的老师来对整个平台下的资源进行内容审核。

2、网络环境下，教学资源整合的分工

对于教学资源整合的分工，我们讨论了很多，比如专人管理，专职管理等。最终我们觉得网络资源整合的分工不是依靠一个人或者几个人能够完成的，它需要老师们的主动配合，需要强大的软件管理平台的支撑和硬件平台的支撑。但是他需要一个技术支撑团队，来对整个平台进行维护和修正，负责整个平台的使用培训。各个院系需要去鼓励老师进行资源共享上传，鼓励使用网络教学资源，鼓励教师团队进行协同工作。

3、网络环境下，资源整合平台应该包括哪些功能

平台的建设可以依靠自己的学校老师自己开发，可以使用开源代码，也可以使用商业软件。无论你使用那种模式，都必须包含以下内容：素材管理系统、教师备课系统、课件制作系统、课程发布更新系统、直播辅导系统、学生反馈、学习质量监控系统 and 试卷编写系统。同时还要具有文本输入文本转换、图表的制作、图表的转换、图片插入、图片转换、简单的图片制作、简单的动画制作、多媒体文件的转换、多媒体文件的插入、公式编辑、后台的元数据输入和采集等功能。

4、如何收集好的ppt等资源

通过讨论，我们觉得一方面推荐适合使用ppt等进行教学的学科老师尽量使用ppt或者flash等进行教学，通过学生的反馈系统，后台的下载点击量找出比较好的ppt等资源在教学资源平台上进行首页推展，并收入优秀资源数据库。另外一方面，注重多网络上的较好的ppt等资源进行收集和整理，融入到我们自己的数据库，并编写说明，著名出处版权等。最后，建立一个学生优秀资源、作品数据库，以供查阅。

5、网络环境下的考试模式探讨

考试作为一个检测手段，应该是数字化教学方案的一个环节。通过讨论，我们认为，大部分的公共课（比如公共外语、公共计算机、军事理论等）以及一部分专业课程很适合进行网络在线考试。网络在线考试系统必须确保它的健壮性、可靠性。每个任课老师每学期上传两套题目，建立对应学科的题库。考试的时候可以根据情况采取固定抽题和随机抽题的方式进行考试，每套题目的各个部分是可控的（比如选择题的数目、分值、所占比例等），主观题目采取系统评分，客观题目，由老师在考试系统后台进行评阅给出相应的分值。评分结束后，系统会给出学生的得分点、失分点，班级的分值分布情况等有用信息。采取网络在线考试系统可以很大程度上抑制学生的作弊行为、老师的舞弊行为。

数字万年历原理图篇五

一、应增强紧迫意识，增强赶超意识。

数字化浪潮及智慧城市的建设，正在冲刷经济社会发展的每一个角落，成为转变经济增长新动力，增强产业优化升级的驱动力。以互联网、大数据为代表的新技术深刻地改变了人们的生产和生活方式，发展数字经济和打造智慧城市是人类

共同的历史性重大机遇。举办此次培训班，是提高干部专业化能力的需要，本次专题培训班紧紧围绕数字产业化、智慧城市的大招等相关知识，采取课堂讲授、现场体验与学习参观、交流互动、专家点评相结合得授课方式，让我们更好的学习借鉴了一些好经验、好做法、好想法。同时我们更要增强危机感、紧迫感，树立赶超意识和争先意识，坚定不移地做好数字经济的发展和智慧城市的打造，将产业和创业做大做强做优。

二、应转变思维模式，抢抓发展机遇。

本次培训的课程安排具有较强的针对性和专业性，尤其是对数字经济时代的逻辑重构与思维创新、智慧城市的打造新思维，让我们对此有了更深的理解，对当下经济形势有更清晰的认识，对于转变思想观念，突破思维桎梏，有了更加开阔的视野。

三、增强担当意识，守好底线防线。

数字经济发展与智慧城市打造的方方面面，我们应与各级各部门紧密配合，形成合力，推动先进制造业和互联网深度融合发展，加快智慧城市的建设，打造数字经济发展生态，为推动全市经济高质量发展贡献智慧和力量。

数字万年历原理图篇六

现今数字化营销的手段主要集中在两大类——社会化营销以及内容营销。社会化营销是利用社会化网络在各大互联网平台上进行营销，而内容营销则是通过影视、广告软文等向消费者传达品牌价值来促进销售。

一、社会化营销——公域流量

社会化营销按照平台可以分为公域流量和私域流量。公域流量指商家直接入驻平台实现流量转换。“两微一抖”三巨头(微信、微博和抖音)，淘宝、京东、拼多多等电商平台，以及处于快速增长期的小红书、B站等都是公域流量的代表平台，是面向公众的开放平台。人们对于公域流量的广告推广已经十分熟悉，抖音的短视频推广、微博的开屏广告、淘宝的直播、小红书的kol推广已经成为了不少年轻人获取商品信息，制定购买决策的重要考量因素。

二、社会化营销——私域流量

随着近几年平台流量逐渐饱和，平台佣金抽成变高，私域流量渐渐成为企业进行数字化营销的一个新的尝试。私域流量是指从平台、媒体等公域引流到自己的私域，比如个人号、企业小程序、微信群等社群，或者通过线下扫码加群等方式引入私域流量。相较于公域流量而言，私域流量是企业可以牢牢掌握在自己手里的。企业通过社群运营与消费者直面交流，获取一手的消费者数据并进行分析，根据消费者的偏好设计调整产品，并且在社群渠道销售产品，具有用户黏性更强、成交率更高的优点。

三、社会化营销——案例

我们可以通过带动茶饮界创业热潮的喜茶以及网红茶饮品牌茶颜悦色这两个案例来看一看到数字化时代下的企业营销策略。

茶饮行业的竞争非常激烈，有网红人气最高的茶颜悦色、门店数量众多的蜜雪冰城以及遍布海内外的coco都可。但是论起数字化程度最高的还是喜茶，这也是喜茶在大小品牌林立、竞争对手层出不穷的茶饮届一直立于不败之地的重要原因。喜茶很早意识到了私域流量的重要性，通过线上线下等渠道将原本一些在美团、饿了么等公域平台的流量引流至自家微信公众号、小程序等。截止2021年，喜茶的小程序用户已经超

过2000万，约等于上海的总人口。通过洞察私域流量的高质量用户大数据，获取用户画像，了解用户对于饮品的喜好、对于线上线下渠道的偏好、甚至平时感兴趣的话题等，从而定制产品策略、价格策略、营销策略。为了迎合年轻人对健康饮食的追求，率先推出降低90%热量的甜橘糖；为了精准定位并个性化满足不同客户需求，喜茶小程序会根据距离门店远近，优先展示当地最热卖且存量最高的产品或者组合，灵活调整折扣。

不同于喜茶通过数字化布局建设在私域流量的深耕，人们对于只能在长沙喝到的茶颜悦色的了解基本上来自于微博、小红书等公域流量平台。屡屡登上微博热搜的茶颜悦色，其中少不了网红kol在抖音等短视频平台的推广，和自媒体在微信和微博上的宣传推动。尽管茶颜悦色极度依赖于线下销售，甚至门店都走不出长沙，在数字化供应链方面大大落后于喜茶，但是茶颜悦色依然凭借着井喷式的热度和饥饿营销，吸引消费者排长队购买，甚至还有为了喝到一杯茶颜悦色或者为了在朋友圈分享喝到了茶颜悦色的外地游客专程来到长沙旅游。

总而言之，在当今人们重度依赖于社交网络的环境下，企业不妨通过社会化营销的手段，针对自身优劣势制定营销策略，利用kol推广、短视频等方式在公域平台进行病毒式营销，或是利用社群运营进行私域流量营销。

四、内容营销：

与社会化营销同样被广泛应用的是内容营销。在web2.0时代流行着这样一句话“content is king”[]内容为王的时代确实已经到来。制造热点性、时效性的内容来进行营销，具有roi极高的特点，让越来越多的企业尝到了甜头，这其中硬广和软广的内容植入最为常见。

如今，网综、网剧、电视综艺、电视剧植入广告的方式越来越

越多元化，最简单粗暴的口播广告也在尽量做到创新，《奇葩说》中“穿衣用有范，争取不犯二”等花式口播明显让观众更容易接受。

进阶版的场景式广告植入将产品作为节目内容有机的一部分穿插在游戏、比拼等环节中，比如《我是歌手》传承八季的广告商百岁山，导演洪涛在最为激动人心的公布名次环节都要停下来喝好几口百岁山矿泉水，已经成为了为大众所熟知的综艺名场面之一。

高阶版的广告植入打法则是内容式植入，在电视剧或者综艺的情节内容里巧妙地加入广告产品。总之，内容营销的重点就是要让消费者产生共情，从而刺激消费。