

最新新媒体部门工作总结 新媒体运营年度工作总结(精选7篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

新媒体部门工作总结篇一

20__年，广播电视台在县委、县政府和县委宣传部的坚强领导下，认真学习贯彻党的和省、市、县党代会精神，深入贯彻落实科学发展观，解放思想、改革创新，努力适应广播电视体制改革下的新形势、新任务、新要求，牢牢把握正确的舆论导向，为奋力推进我县“产城一体、三化同步”发展战略，加快建设富裕颍上、幸福颍上、和谐颍上营造了良好的舆论氛围。

一、坚持正确导向，统筹做好广播电视宣传工作。

(一)认真做好广播电视重大宣传工作。

舆论引导正确有力，坚持围绕中心，服务大局，把迎接宣传贯彻作为我台全年宣传工作主线和最重要的任务。通过精心策划，科学组织，开辟了《‘保持党的纯洁性、迎接党的’主题教育活动》、《展示新辉煌》、《先锋颂》、《乡镇书记访谈·基层建设年》、《科学发展成就辉煌》、《学习贯彻党的精神·我们在行动》和《学习党的》等专栏，深度报道了创先争优以来经济社会事业和党的建设所取得的新成绩，以及学习贯彻落实党的精神情况。围绕县委县政府中心工作，《颍上新闻》、《今日聚焦》、《颍淮之声》等栏目组圆满

完成对“颍上县第__届人民代表大会第一次会议和政协第九届颍上县委员会第一次会议”、“颍上县第五届返乡农民工招聘”、“国家园林县的申报、验收”、“第七届管子文化旅游节”、“焦玉兰救学生的先进事迹”、“巾帼风采”、“好婆婆·好媳妇专访”、“走基层·看颍上”、“劳模风采”、“乡村故事”、“人口与计划生育”、“文明创建·我爱我家”、“法制在身边”等重大主题、重大活动、重大典型宣传报道，为颍上的经济发展，社会进步营造良好的舆论氛围。

(二) 实施精品工程，节目创优初见成效。

认真贯彻“三贴近”原则，巩固拓展“走转改”活动，建立常态化走基层、转作风、改文风的长效机制，不断创新宣传内容形式、方式、方法和手段，努力提高舆论引导的针对性和实效性；利用广播电视宣传舆论引导的及时性、公信力和影响力，切实加强了对社会热点难点问题的舆论引导和监督工作。201_年我台共编播电视新闻栏目《颍上新闻》286期，稿件2729条；编播广播新闻栏目《颍上新闻》246期，稿件1248条；编播电视专题栏目《今日聚焦》102期，稿件326条；编播广播专题栏目《农民之友》、《颍淮之声》、《音乐时空》共101期，稿件300条；编辑改版广播·电视专题栏目《政风行风热线》35期，上线服务窗口单位和民生部门35家，现场解答和落实群众咨询和合理化诉求288件，答复率为100%，后期对自来水公司、交警大队等多家单位落实解决问题情况进行跟踪报道，积极推动解决县委、县政府高度重视、群众反映强烈的问题。播出公告及公益广告210多个，标语180多条。在201_年度全国、省、市级好新闻评选活动中，我台共有28件新闻作品获得各个级别的广播电视新闻奖。其中，徐庆作品《合作社激活“多薪”农民》获得由中国农业委员会颁发“全国农业好新闻”一等奖；徐庆作品《道德之光耀颍淮》分别获得由省广播电视局颁发广播类“好新闻”三等奖和市文广新局颁发广播类“好新闻”一等奖。崔学泽作品《托管服务，解除后顾之忧》分别获得由省广播电视局颁发电视

类“好新闻”三等奖和市文广新局颁发电视类“好新闻”一等奖。荆华、王静制作编辑专题栏目《音乐时空》由省广播电视局颁发广播类“节目制作质量·金鹿奖”三等奖。

(三)外宣工作力度加大。

全年对外宣传工作进展顺利，新闻宣传质量稳步提升。一是加大了对上级台投稿力度。经过全台新闻工作者的共同努力，上送中央、省、市电台电视台新闻稿件共被采用662条。其中在中央电视台一套发稿《焦玉兰救学生》、《农机战三夏》2条，在中央七套发稿我县农业科技类新闻7条；在省电视台发稿累计30条；在省电台发稿累计85条；在市电视台发稿累计280条；在市电台发稿累计258条，在阜阳电台、电视台发稿总量位居全市五县三区第一位。二是积极邀请中央、省、市媒体记者来我县采访，并积极提供原始音、像素材，开辟了对外宣传的新渠道。中央台记者应邀来颍5次，省台记者应邀来颍15次，市台记者应邀来颍30次，主要对我县的城市建设、工业经济、人文历史、旅游发展等内容，多角度、多方位的宣传报道颍上科学发展的新举措、新发展、新成就。

二、事业建设步伐正稳步推进。

(一)加强对全县广播、电视“村村通”管理工作。

对全县乡镇广播的整修进行规划和技术指导，针对广播“村村通”工程工作的落实和广播经费的使用情况，我台成立3个检查组对30个乡镇及所属行政村进行检查，根据广播建设、通播率、节目播出时间等考评项目逐项进行评分。对20户以上已通电陈桥、赛涧、王岗、垂岗、南照五个实施电视“村村通”民生工程的乡镇，进行全面维修维护工作。

(二)扩大广播电视经营业务范围，提升广告业务创收空间。

认真贯彻执行上级部门净化银屏的工作要求，对广告内容进

行严格把关，杜绝虚假三无广告的进入。目前广播电视经营业务面临网络、大屏幕、平面等新媒体广告的冲击，面临生存压力，积极挖掘本县广告市场潜力，多方扩展广告业务范围，主办首届“一匡天下”杯《青少年才艺大赛》等活动；丰富节目编排，增加精品电视剧的引入，灵活务实的服务客户。不断提升广告创收空间，促进广播电视事业的平稳较快发展，实现经济效益和社会效益的双丰收。

(三)全力抓好安全优质播出工作，促进广播电视事业稳步发展。

围绕“安全、优质播出”这一中心，坚持“高质量，不间断，即经济，又安全”的十二字方针，我台全力做好播控中心、微波传输、无线发射、采编设备管理等环节的技术维护和保障工作。明确各部门岗位职责，完善维护检修制度，严格执行目标管理制度，使技术维护管理工作进一步规范化、科学化，认真做好周检、月检工作，确保我台自办广播电视节目和转播中央、省级广播电视节目的无线发射。成立了安全播出领导小组，实行年度安全播出应急预案，确保元旦、春节、全国两会、五一、国庆、和党的期间等重大节日、重要时段、重要保障期的安全播出任务。我台201_年共安全播出广播节目7300多小时；播出转播电视节目29000多小时；转播cmmB数字电视8700多小时，实现停播率百小时零秒。在阜阳市安全播出评比中，我台荣获技术维护三等奖；栾柱同志荣获技术维护个人二等奖。

(四)落实县教育局的并入整合资源工作。

为落实文化体制改革的工作要求，将教育电视台并入我台重新整合广播电视传输资源。我台拿出切实可行的整合方案，通过县政府、县委宣传部的工作协调，目前基本完成了教育电视台的并入工作。教育电视台电视频道23(511.25兆赫兹)的并入投入使用之后，将促使和推进我台科学的对电视传输资源的整体统筹协调和规范播出秩序。

(五)繁荣电影工作。

三、加强内部管理，狠抓队伍建设。

(一)适应新形势，着力提高队伍政治素养、专业技能水平。

组织全体党员干部参加“保持党的纯洁性、迎接党的”主题教育活动;认真执行《廉政准则》，严格执行各项规章制度，明确责任，进一步严明党的纪律;为落实财经监督管理工作，把广播电视经营创收纳入财政非税制管理;深入开展新闻从业人员的职业道德教育、严明宣传纪律。针对人才短缺的现象，积极支持职工参加各类业务和技能学习培训班;定期推荐优秀新闻、工程人员到省、市广播电视台进行实习;新闻中心坚持每周一选题、学习例会和参加“新闻真实性”网络专题学习。

(二)统筹兼顾，广播电视各项工作协调发展。

计划生育工作实行台长亲自抓，总负责，分管台长具体抓，直接负责制。及时通报本单位各类计生信息，积极配合接受属地计生部门的检查和考核。切实做好保密及档案工作，规范工作管理将责任落实到个人，未出现泄密现象。工会组织积极参与社会团体各类活动，内部职工活动开展有声有色。高度重视安全生产工作，定期开展内部安全生产隐患排查、整治，按时召开安全生产例会，实现了全年无安全事故发生的目标。

(三)创先争优成绩显著。

通过全体工作人员的共同努力，我台荣获县委县政府颁发“颍上县先进单位”、“创建省级文明县城先进县先进单位”、“人口和计划生育综合治理·先进单位”、“消防·先进单位”、“综治维稳工作·先进单位”、“全县安全生产·工作先进单位”;荣获县委宣传部颁发“全县新闻宣传·先进单位”。12位同志因工作成绩突出，荣获县委县政

府“政法工作·先进个人”、“计划生育·先进个人”、“民生工程·先进个人”、“安全生产·先进个人”、“五一劳动奖”；县委宣传部颁发“优秀宣传工作者”、“知识竞赛奖”等10多个奖项。全台女职工积极参加全县女子团体广播体操大赛取得第五名，荣获二等奖的好成绩。

四、存在问题。

在回顾总结成绩的同时，也清醒的看到我台工作中所存在的不足和薄弱环节，主要是表现在：我们的思想观念、工作作风还不能积极应对广电体制改革新形势新任务的要求、以及新媒体带来的机遇和挑战；我们的争先进位意识、开拓创新意识有待加强；广播电视精品力作还不太多，特别是让县委县政府、人民群众满意的作品显少；现我台经济相当紧张，也在一定程度上制约和影响了我台的发展，广告经营创收拓展工作力度有待加强；人员限制进入机制造成我台策划、编辑、记者以及技术人员严重短缺。对此我们必须高度重视这些问题，分析形势，研究切实有效措施加以解决，力争各项工作在开拓中发展、在规范中提高、在创新中进步。

新媒体部门工作总结篇二

1、实习单位简介：

2、实习岗位简介：

(1) 岗位职责

我所在的岗位是公司运营部的新媒体运营岗位，担任新媒体运营一职。运营部下面有我爱__、家在__、__同城等几个自有本地媒体，还同时托管十数个其它企业或者媒体的微信公众平台、我负责的是自有的“惠游__”公众号以及托管的“老回坊”公众号，主要负责两个公众号的微信文章编排、活动策划、数据统计以及与托管方对接等。除了这些本职工

作，还负责“家在__”的社群管理以及其它客户对接洽谈。

(2)能力要求

- 1、具有较强的新闻、热点敏锐性，有较强的文案功底。
- 3、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；

二、实习目的

新媒体部门工作总结篇三

中国电信“我的e家”杯_市首届青少年flash大赛，这是我进公司以来第一个接手负责的活动页面。前期的工作大部分早已完成，而后期的工作主要是页面的内容补充与修正。在这次专题的跟踪中，个人表现自我非常满意，在源代码页面样式修改或添加，我都可以自行完成。在与技术沟通过程中还算比较顺利，遇到不懂的问题会第一时间予以解决。在同事的帮助下，这个活动专题第一阶段工作完工。此外，还花了两天的时间，第一次利用ps做了一个_博客群的页面草稿图！

三、超大容量增加题库。

在5月25日，接到公司任务，需要在6月15日之前准备6000道带选项以及答案的题库，题库题目不限定，只要求做单选题。截止月底完成1500道，因为每天必须保证有300题的量增加才能更好地完成任务，负责人为了减轻我的工作压力，给我分配几个助手，小郭的表现出色为了减轻工作量。而我本身对于这项工作有高度责任性，所以还是会精心去选择每一个题目以及增加的答案选项。还好，随着时间推移，慢慢地找到了一些技巧，才得以找到一些释放的时间给自己养足精神。

四、存在不足

五、下月计划

针对五月份工作总结中的不足，进行有针对性地改进。因为6月份一个重大的任务就是继续完成题库，所以要想尽办法竭尽全力保质保量完成。等到这个工作忙完之后，才能有更多的时间去学习需要补习的知识面。对于新闻通稿的写作，只能是增加写的机会，多多修改才能不断提高写作水平。六月份具体工作安排，主要是配合完成活动专题内容、题库内容增加工作、资讯中心更新工作、热线首页论坛调用、娱乐频道新闻更新等工作，以及其他未知的待定任务，希望自己在六月的工作表现能够更加出色。这份工作工作也算是试用期工作总结一部分参考资料！

新媒体部门工作总结篇四

。内容如下：

2. 积极挖掘和培养宣传人才，为我院宣传工作注入更多新鲜血液；
3. 充分利用qq□人人、贴吧等新媒体，做好学院活动的宣传工作；
5. 把新媒体部建设成一个人性化的温暖大家庭。
 1. 进一步完善部门内部的规章制度，提升工作成员的工作积极性，提升工作质量。
 2. 细化部门内的工作记录，详细记录每位干事在任职期间所做的工作事迹，并将添加部内的会议记录。
 3. 节约经费开支，为保证此项工作展开，每次海报幕布等打印所出经费均采用透明制度，以收据为证。

4. 鼓励部门成员与其他部门成员交往，即时了解其他部门信息，把工作状态由原来的被动转为主动，协助其他部门工作的完成，以更好的起到宣传作用。

5. 设计安排学院橱窗，宣传栏的评比。尽可能的美化校园的宣传环境，增强宣传部门的宣传力度。

1、新媒体部应在每周召开一次工作例会，总结本部前一周的工作，布置下一周的工作，并针对上一周的问题，在新的工作中做出调整和修正。

2、部长和副部长应组织本部成员认真学习本部工作职责，检查标准，并落实到工作中，部长要不定期抽查各部的工作状况以及工作效果。

3、在具体工作上，努力与其他部门应相互协作、配合。

4、力求举办更多的丰富多彩的文体活动，丰富同学们的课余生活。本学期具体规划：举办潍坊学院首届“潍院-微小说大赛”，此次活动平台为潍坊学院腾讯微博、新浪微博、人人等新媒体媒介。

新媒体部门工作总结篇五

这个年底，媒体的行业人写年终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年终总结。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pad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UGC(用户产生内容)、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。

校园新媒体工作总结

新媒体的利与弊800字

新媒体部门工作总结篇六

工作一年年,刚进来时是产品助理岗位,后来因为业务需要接刚开始接手运营工作,文章几乎是庖丁技术以前的老路,没什么起色,期间也发过互联网热点,但是转化率极低,这个状态大概维持了一年,直到我发那篇讲产品设计开发流程

的文章成为转折点。因为我是工业设计出身，平时比较关注互联网设计，所以比较了解设计，从这篇文章起，开始写设计相关的文章，那段时间在运营上也给力，恰逢是项目开发旺季，所以那段时间不管是阅读量、吸粉数还是业务的转化率都很不错，当时兼并产品工作，就是有业务进来需要我第一时间打电话到客户那里了解基本情况以及产品项目需求后转接到项目组，所以那段时间基本是天天加班，最后项目成功的有三单。

公众号实在是难做，个人ip太重要，没有推荐，只能靠粉丝传播，为兼顾各个平台，文章其实更偏简单易懂而非干货，所以在其他平台推荐阅读都不错，包括简书（产品it这板块）、产品x这样的垂直社区都有不错的阅读、口碑，也是我坚持写分析产品文章的动力，可以很好培养我的产品思维，下面把微信工公众号当做一个产品来说说这一年工作经验总结吧。

首先要确定你的公众号定位，这里的定位包括两方面，一方面是内容的定位，另一方面是人群的定位，虽然这两者是对应的，但是在定位方面还是会有优先级的区分。

拿x开发公众号来说，用户定位可以说是一直在改变：从开始的面向老板、创业者，到后来为了流量发热点已经说不清的用户定位，再到后来讲产品设计、开发的知识，面向的用户更多的是做互联网的人或者说互联网小白，到了这里其实定位已经跟最初的定位相去甚远，但是效果却很好，后来发现其实老板要做项目的话一般都会交给手下去联系，而这个手下是懂点设计或者技术的，所以我们内容应该面向这部分人群。因为设计相对来说还是比较小众，所以现在文章的内容更偏向于项目分析，特别是追一些热点比如共享单车的分析，一方面热点大家都喜欢看，另一方面分析要有自己的观点，要打造一个你在这些领域是专业的形象，这是下一个要说的。

说实话，每天一篇原创几乎不可能，而且以自己的水平也写不出什么有价值的内容，所以需要去看别人的文章、观点，

找到一个好的题材，然后去搜索资料，去思考、分析、总结，输出一篇有自己独特观点的半原创文就已经很不错了，还是上面说的，在作文过程中，要不断强化自己的品牌，要让读者感到你在这个领域是专业的。对一篇文章来说，写这篇文章的人是谁很重要，这也是所谓的kol（意见领袖），所以让专业的人来说专业的话很重要。

做内容不是一件简单的事，还需要时间、经验去打磨，在能输出很干的内容之前，你的内容还需要一些运营的套路。

说到套路，其实也是一些小技巧吧。比如上面说的强化个人品牌就是一种运营手段，这里想说下几个公众号或者平台间的一些运营技巧。

首先，在刚开始做是最难的，找到第一批种子用户很重要，不妨找一些对应的大号来滋养。我刚开始做庖丁开发的号是让公司的大号庖丁技术每天帮忙发文，虽然用户群不是很对口，但是还是会有部分用户对我们内容感兴趣，所以这里说下最好找对应内容的大号来养。

其次就是找到对应的号互推，这也是一种手段，但是因为大家都半桶水，所以转化率不高，所以我更倾向于加一些群在群上推自己的文章，同时平时跟大家讨论一些对应的话题，这里也是强化自己的品牌专业度。

最后就是其他平台转化过来的粉丝。现在自己做的号文章末尾一般会让粉丝回复关键字到公众号获取自己在这个话题下准备的一些干货，也增加了和粉丝的互动，特别是在其他平台，如果在这个话题下有很干的干货切中用户的需求，那转化效果是很客观的。

其实说到底，你在各个平台运营的最主要目的是什么？是提高自己的品牌知名度以及提升业务转化率，所以我现在在很多平台都有做内容，但我会根据每个平台人群的特点去适当

调整，比如头条是推荐模式，文内可以诱导用户回来公众号，那我就准备足够干的干货；简书里面加入专题是一个很重要的阅读途径，但是很多专题都不能出现公众号内容，所以在这里我就不做转化，我就单纯讲干货，提升公司知名度就够了，如果真的有需要的用户无论如何都能找到我们。

工作上大概就这些了，当然前期产品助理的工作也让我学到了产品的流程，还有程序的开发等相关知识，希望后面能找一份产品的工作沉下心做产品，体验一个产品从0到1的过程。

新媒体部门工作总结篇七

- 1、负责公司市场营销活动的策划与执行，并实现销售转化。
- 2、负责为市场营销活动提供优质的内容，包括但不限于文案、海报、音频、视频等。
- 4、负责团队日常工作的管理、标准工作流程的实施和监督。
- 5、负责收集用户反馈，分析用户行为，充分了解用户需求。
- 6、负责上级交办的其他相关工作。

1、本科或以上学历，市场营销、广告宣传或新闻传播等相关专业毕业。

2、2年或以上线上多*台运营或合作的工作经验，1年或以上团队管理经验，熟悉各个*台及其运营模式。具有出色的个人案例者，优先考虑。

3、逻辑清晰，思维活跃，富有创意，策划能力强。

4、热爱教育，对市场营销类工作具有浓厚兴趣，并愿意长期从事相关工作。

5、有持续学习的强烈意愿与良好习惯，具备较强的问题解决能力和良好的职业操守。