# 网站及新媒体工作总结(通用24篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-04-01

*网站及新媒体工作总结1在这个学期我们新媒体部的工作依然是要管理微博、拍照、写通讯稿，同时我们要同信息部、宣传部一起举办创业小店设计大赛，而且会计系系报也开新的 征途上前进。回顾这学期的工作，可谓是喜忧参半，有好有坏。在经过上学期的锻炼后，我...*

**网站及新媒体工作总结1**

在这个学期我们新媒体部的工作依然是要管理微博、拍照、写通讯稿，同时我们要同信息部、宣传部一起举办创业小店设计大赛，而且会计系系报也开新的 征途上前进。

回顾这学期的工作，可谓是喜忧参半，有好有坏。在经过上学期的锻炼后，我们干事已经熟悉的掌握了工作的流程，基本上能独立完成工作。每天三条的会计早安午安晚安，一些校园信息的转发，会计帮忙（目前@会计帮帮乐等一些微博管理工作正在日趋完善。我们还拟定了一份书面的微博管理细则，将所有内容规范化，将日常工作按科学有效的方法来实施，并且为以后部门的发展打下规范的.基础。但是在一些细节方面还是做的不足。微博内容俗套守旧不够创新，评论鲜少。通讯稿的质量也还有待提高。拍照上目前存在的最大的问题就是设备不足，不够先进，只能将就现有设备，尽量克服困难，有时实在不行就另外想办法，如通过记者团摄影部拿到照片等。

每一次举办的活动我们总是可以从中得到启发获得经验。在举办创业小店设计大赛的过程中出了不少意外：比赛规则被指责，比赛公平被质疑，彩排现场混乱。这些问题的出现与我们准备不充足，考虑不全面，缺乏经验有莫大的关系。但值得安慰的是，各部门成员众志成城、团结一心，热情高涨，在大家的共同努力和书记的指导下，这些问题得到一定程度的解决，使得活动顺利圆满完成。而活动中的不足也让我们铭记，吸取了经验教训。

系报是我们这学期新的工作，应该说是处在新事物产生的发展阶段。系报上内容的来源比较少，拖搞现象比较严重，新闻稿的内容亮点较少。不过我们正在不断的吸取经验，日益进步当中，相信很快就会有所成效。

每一个工作都汇聚了我们的心血，融入了我们的汗水，无论成功或失败我们都应该为自己鼓掌。取其精华，弃其糟粕，提高自身能力，期待明天会更好！

**网站及新媒体工作总结2**

大学毕业至今已经有四年的时间了，四年的时间我成长了很多。在大学毕业的时候，我只是一名普通大学中文系的毕业生，工作很难找，还好自己通过不断的努力成为了一名报社记者，我会在今后的工作中继续努力下去的，我相信自己能够做好。四年的时间，我成长多太多，自己都无法具体的说出来，不过总体感觉自己就是变化很大。

自从从事新闻工作以来，时间转瞬即逝。尤其是在20\_\_年的工作中，时间更是过得特别快。回顾这一年的工作，我个人可谓感受良多。在这一年中，我与《新消息报》的同事和领导们，共同经历了很多新闻事件的报道和活动的组织、版面策划以及落实，从中体会到了团队精神的重要性，尤其在领导的部署和指点下，完成了很多意义深远的工作任务。一年来，我本着踏踏实实做事，实实在在做人的原则，认认真真地去从事每一项工作。不论是思想上，还是工作上都有很多的收获。

1、成绩之外少不了不足之处，我作为一个部们的主任，在平时的管理上可能存在一些缺陷，主要是不太适应现在报社的管理体制，有想法不能落实，希望这样的工作环境能够很快得到改善。

2、在思想、学习方面有了较大提高。为了尽快提高自己的理论水平，我还从电视、报纸中了解当今的国际政治形势，社会动态及\_的指导方针等。积极参加单位组织的各项学习活动，用先进的思想指导自己的日常工作。我深知，平时的勤勉积累对于新闻工作起着至关重要的作用，抓住一切可以利用的时间，广泛涉猎各方面的知识，不断完善自己的知识结构，为做好工作打下了良好的业务基础。

3、严于律己，遵章守纪。在单位严格遵守单位的各项规章制度，坚持以诚待人、以信处事。工作兢兢业业，谦虚谨慎，注意向同事们学习，取长补短。

4、业务能力不断增强。从踏上记者岗位的第一天起，我就深知“业精于勤荒于嘻”的道理。工作中的“勤”使我能及时洞悉世事变化，而善于“思”则使我源源不断地获得灵感。通过不懈努力，我的一些版面策划在全国获奖。整整8年，在一个岗位上摸爬滚打，在版式设计上也形成了自己的个性和理论水平。可如今很快就要在新的岗位上工作。相信我有这8年的经验和个人的工作能力，下一个8年也许正是我大展宏图时。是金子在任何地方都会发光的。

今后的工作打算

**网站及新媒体工作总结3**

我们还加强了精神文明建设和XX传统文化的推广，在节目内容方面，我们及时关注和报道了跟XX有关的一系列重大决策和重要信息，还给市民提供了大量实用信息，使我们微信平台的内容更加丰富，可读性更强，实用性更高。在自创微信内容方面，我们在关注时事民生的同时，加大了对XX传统文化和社会正能量的宣传，充分发挥互联网平台的传播优势，立足本地，将本地人文美景、优秀文化成果、传统民俗进行广泛传播。在春节期间和各类节假日期间，我们都编制了许多跟传统民俗有关的微信文章。精心制作内容积极向上，富含乡土味道的主题专栏微信，配合播发本台其他自制节目，激发网友爱乡思乡之情。

我们在三月份举办的“最美乡镇”评选活动引发了爱XX、爱家乡的热潮，人民群众踊跃参加，反响热烈。同时我们的XX广播电视台微信公众号还成为了推荐XX、宣传XX的重要窗口，大量关于XX的微信文章、视频阅读量较大，成为了本地人、在外XX人以及外地朋友了解XX历史人文、XX经济社会发展的主要窗口。

**网站及新媒体工作总结4**

在新的一年里我将总结自己工作的特点和不足，在做好自己工作的同时，积极参与5068部的其他各项工作，把网站的内容建设好，努力为公司做贡献。

此外，在日常工作方面，我还要力争做到：

新的一年中，我会和部门全体同事、领导一起齐心协力，在探索中不断发展。在部门成长的过程中，也会出现了一些始料未及和难以避免的问题，在日后的工作中，我会继续从工作中不断吸取经验，及时改正，在实践中不断发展，不断完善。逆水行舟，不进则退。今后，我会认真总结经验，克服不足，努力把工作做得更好。相信，在团队整体的努力下，部门今后的路会愈走愈远，愈走愈好！

**网站及新媒体工作总结5**

在过去的一学年里，土木工程与建筑学院新媒体宣传工作在校团委的正确领导下，较圆满地完成了既定的各项工作任务，同时积极开拓新的宣传阵地，在新媒体领域实现了新突破。本学年，我学院的新媒体工作主要包括：新媒体工作队伍的培养建设；PU平台建设使用；微博、微信、公众QQ这三大平台的建设和推广；对“团学苏刊”，校团委平台的推广和响应等。现就相关工作情况总结如下：

>队伍培养

新媒体平台是学院紧跟时代步伐、学生兴趣特点开展思想教育、舆论引导的新阵线。在过去的一学年我们不断摸索总结，逐渐形成出了一支由学院团委书记领导，八位院学生会成员带头的新媒体精英工作团队。我学院形成了每学期开学第一个月内更新学院新媒体平台密码，由院教师牵头对院网络宣传员进行培训，再由院网络宣传员对班级网络宣传员进行培训，网络宣传员每周三定期召开例会讨论周工作计划的一系列工作培训机制。

经过一系列的培养和建设，我院的`这支网络宣传队伍虽然仅占学员人数的0。9%，但是有着很高的运转效率、执行力和保密能力，他们肩负起了学院PU等四大平台管理，联络各班新媒体平台控制人，组织新媒体平台培训等工作。

>PU平台建设和使用

我院于20xx年9月正式引入并使用大学生PU平台，经过努力与推广截止到到20xx年6月9日学院1014名学生中有985名同学注册使用PU平台、实现了大一到大三同学的100%注册使用，另外有38个团学组织注册使用，形成了各个社团、大一到大三每班注册，学院发声各团学组织集体响应的良好氛围。在不到一年的时间里我学院累计在PU平台上发起活动143次、其中112次完结。

在使用方面，我院充分发挥PU平台便于统计课外实践学分、统计活动报名参加人数等优势，让青马工程培训、学生会及社团活动、学生暑期社会实践在PU平台上发起并共享活动照片与新闻稿。PU平台的推广与使用有效扩大了学院活动的影响力，调动了学生参与活动的热情。

>新媒体工作

学院目前共有腾讯微博、公众微信、公众QQ三个新媒体平台。腾讯微博注册于20xx年，公众微信注册于20xx年3月，公众QQ注册于20xx年11月。在学院新媒体推广方面，新媒体工作队制定了以新媒体促活动、以活动提高新媒体关注度的方针措施。现以20xx年4月9日至5月17日我院学生会举办的“土建学院院徽征集大赛”为例，大赛初期我们采用PU平台报名签到，大赛中期收到作品后PU

>平台签到并在腾

微博、微信、公众QQ发起网络投票，后期颁奖典礼PU平台报名签到并抽取微信、微博幸运观众。最终微信平台关注量由4月9日的80人涨到5月17日的102人，增幅27。5％；公众QQ平台由92人涨到108人，增幅17。4％；公众腾讯微博平台由141人涨到162人，增幅14。9％。

腾讯微博20xx年9月份的关注人数为132，到20xx年9月1日为止上升到170人，增幅29%，收听120个省、校、学院组织官方微博，20xx—20xx年原创及转发信息387条，做到了让学生每天有东西可读，其中转发省、校团组织信息67次，有效扩大了省校团组织在学生中的影响。

当下微信平台凭借其强大的信息推送功能，简介明了的页面正在飞速发展且有逆袭微博、贴吧之势。我院新媒体团队于20xx年3月21日成功注册微信公众平台，借鉴了同济大学学生会微信管理经验，为我院微信平台制定了以图为主、贴合我院专业特点、提高同学文化品位，为学生就业考研指点迷津的高质量内容推送路线。短短半年不到的时间，年轻的微信平台已深入人心。

**网站及新媒体工作总结6**

接任这一部门已然将近一年，接任之时为自己设下的目标已经实现，并且远远超出预期设想，但却也有一些缺憾。对于自己这么长时间的工作，想说的很多，下面大致说一下：

>一、部门内部

1、基本架构的稳定：

（1）重要的一点是部门的定位：团委有是三个宣传部，每个的定位是不同的，本部门的定位是以线上活动来辅助本部门、其他各部门的线下活动，我们一直秉承着这个观点，并以此指导着我们的工作。

（2）微博、微信上学期对于固定板块的设定、划分；这一学期对于微信自定义板块的创建，对于本部门而言，重要的一点其实是日常的更新维护，只有基本框架构建起来，保证日常更新，整个工作才可以顺利进行

2、人员调配：目前，大致分为三个小组，微博小组、微信小组、青梅小组，人员并不固定，会进行定期的轮换，以确保培养的每个干事可以对于每一个平台有清楚的定位和运营认知。

3、品牌打造：对于这一项工作，需要通过来两个步骤来实现：

（1）细水慢流、潜移默化的进行：日常的更新，橱窗的海报，唯一的官方平台等等，在不知不觉中让大家对于平台有了深刻的认同感，以及营造同学们对于平台的认同感、归属感；

（2）以声势浩大、规模较大的活动来达到振聋发聩的效果，提高知名度，，从而达到引领的作用：例如青梅开学季，是三个平台同时推广，对新生的第一次的指导，提升认同感。

（3）小活动的举办：以同学们喜欢的方式，愿意接受的方式去举办一些小活动，例如：有一种美叫中劳之春。

4、灵活调配：对于新媒体平台，没有变化是最大的威胁，新媒体是日新月异的，随时都会有变化的，只有不断地尝试、不断地更新，不断地调整、不断地变化，我们一直在做着这样的工作：微博、微信固定板块的调整，自定义板块的调整、青梅板块的删减、保留、新建等等：除板块的\'调配外，人员的调配也是很重要的，对于每一个部门都是，需要合适的人在合适的地方做工作。

>二、对外联系

1、校内联系：一直坚信，团委是个大家庭，各部门紧密合作，并且在之前的日子里，我们一直紧密合作，这个也是之后的工作重心之一。

2、校外联系：作为首都高校传媒联盟的常委成员之一，我们一直致力于借助这一平台，与其他高校多多沟通，紧密合作，互相学习：参加每个月的团刊界别会，以及各种不定期的活动，逐步提升本部门的整体水平；在微博上与共青\_互动，参与共青\_举办的各个活动，增加我们微博的关注量。

>三、未来发展

1、换届之后，团委微博与团委网站合成媒体部，对一个新的部门而言，同样有很多的问题需要解决，

**网站及新媒体工作总结7**

不得不说时间过的真快，自己在\_\_公司\_\_部工作已有两多月了。这段时间是我人生的一个重大转折点，一个在校生成为一名社会人员的转型期，在这期间我失去了，也收获了，更多的是我成长了。

走出校园我还懵懵懂懂，是电玩巴士提供了这样一个平台让我去学习，去适应，去调整，在这里我表示由衷地感谢！部门里的每个人都是那么的友善，无私的传授经验，工作中耐心的指导，\_\_部就是一个温暖的大家庭，我喜欢这里。

**网站及新媒体工作总结8**

这个年底，媒体的行业人写年终总结时大部分会很沮丧，20xx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。

同时无数的流言、悼词和怀疑也随之而起。传统媒体一定该死吗？手机阅读时代，媒体的功能是什么？媒体的本质又是什么？

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。

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（甚至不只是阅读内容）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。

互联网给我们带来了什么？直到现在还无法说清，惊喜和幻灭一直在交替出现，甚至是同一个硬币的两面。但至少在写这一年的年终总结时，我们可以略微思考一下，什么是新/旧媒体，互联网到来后的媒体又变成了什么？

一个喜欢E·B·怀特的作家说：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facebook和微博客户端，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。但现在，你再拾起一本杂志、翻开一叠报纸这样所谓的传统媒体时，更多的潜台词则是：我要暂时放下手机，让我一个人清静会儿！

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。

悲伤是无法控制的。但这一年过去，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。这和新闻一样，有点悲壮，但我们应该有勇气这么想，否则，又何来勇气面对正在发生的变化？更何况，事情可能并不会那么糟糕。

**网站及新媒体工作总结9**

XX工程系官方微信公众平台关注人数从上学年近1500人增长至2140人，共增长600余人次，发布系部新闻近百条。在本学年中XX系新媒体全体工作成员将加强对栏目的创新，提高每个人的工作能力，做好每一项宣传工作，提高每个成员的拍照、文案、剪辑等各项技能的水平。同时，推进XX系新媒体工作室活动的举办。

新媒体工作室对于过去两个月工作进行总结：

>一、 纳新工作

我们于大一新生开学之际就开始筹备策划纳新活动，在大家的讨论、探讨之后设计好了纳新总工作流程，并确定纳新的大致规模。然后对新媒体大二成员分配各项任务，同时做好纳新多需要的资料、物品的准备。纳新于9月15日正式开始，在全体成员的协作之下，做好了部门的宣传工作，让大家都了解到新媒体工作室，同时对加入新媒体的学生们进行面试，给他们分配一些小任务进行筛选，留下最适合的一批新成员，整个过程中新生们了解到新媒体工作室的工作，加强他们对这份工作的热情，同时增进了新老成员之间的了解与沟通。

>二、 常规工作

9月8日至10月末， 对系部的多项活动进行宣传，从迎新到刚刚结束的合唱比赛，共发布系部新闻系部新闻25条，人物采访1条。

每周对系部的团会工作进行报道，挑选出开展较好的几个班级进行公开公布，及时的让各个团支部之间进行交流与了解，加强团会主题的学习。

跟进系部的`各项活动，以视频、微信等方式进行宣传。让每一位受众都能了解到系部的每一项活动，并积极参与其中。

>三、 工作拓展

新媒体工作室开展“走出校园，公益摄影进乡村”、“校园公益摄影”、“免费证件照拍摄”等公益活动。并推出人物采访专栏、视频专栏等。

>四、 工作计划

1、 大力宣传新媒体平台的关注度。在当前覆盖系部90%的同学的基础上，进一步提高覆盖率，加强平台与受众的互动与交流，开展更多同学们喜闻见乐的线上活动，吸引更多同学的关注，让更多的同学们加入进来。鼓励同学们踊跃展示自己与身边同学的青春魅力，科普同学们的知识，向同学们传递积极的审美情趣，传递阳关正能量。

2、 发掘新媒体平台信息收集的能力，通过在微信与网站上开展收集信息，调研“对团总支、学生会活动的普及程度与满意评分的调查”、“你期待的团总支学生会的活动与服务”等为XX系团总支、学生会更好的开展提供信息。实施幸运抽奖等方式来调动同学们的积极性。

**网站及新媒体工作总结10**

1、基本架构的稳定：（1）重要的一点是部门的定位：团委有是三个宣传部，每个的定位是不同的，本部门的定位是以线上活动来辅助本部门、其他各部门的线下活动，我们一直秉承着这个观点，并以此指导着我们的工作。（2）微博、微信上学期对于固定板块的设定、划分；这一学期对于微信自定义板块的创建，对于本部门而言，重要的一点其实是日常的更新维护，只有基本框架构建起来，保证日常更新，整个工作才可以顺利进行

2、人员调配：目前，大致分为三个小组，微博小组、微信小组、青梅小组，人员并不固定，会进行定期的轮换，以确保培养的每个干事可以对于每一个平台有清楚的定位和运营认知。

3、品牌打造：对于这一项工作，需要通过来两个步骤来实现：（1）细水慢流、潜移默化的进行：日常的更新，橱窗的海报，唯一的官方平台等等，在不知不觉中让大家对于平台有了深刻的认同感，以及营造同学们对于平台的认同感、归属感；（2）以声势浩大、规模较大的活动来达到振聋发聩的效果，提高知名度，，从而达到引领的作用：例如青梅开学季，是三个平台同时推广，对新生的第一次的指导，提升认同感。（3）小活动的举办：以同学们喜欢的方式，愿意接受的方式去举办一些小活动，例如：有一种美叫中劳之春。

4、灵活调配：对于新媒体平台，没有变化是最大的威胁，新媒体是日新月异的，随时都会有变化的，只有不断地尝试、不断地更新，不断地调整、不断地变化，我们一直在做着这样的工作：微博、微信固定板块的调整，自定义板块的调整、青梅板块的删减、保留、新建等等：除板块的调配外，人员的调配也是很重要的，对于每一个部门都是，需要合适的人在合适的地方做工作。

**网站及新媒体工作总结11**

本人于20xx年11月以实习生身份进入世联行华南顾问综合管理部，并于20xx年8月31日正式入职小样青年社区市场拓展部。

个人工作感受及经验总结

>1、明确动机

无论是开展新媒体工作或活动策划工作，首要做的是明确动机。我们做这件事的目的是什么?想要达到什么效果?市场反馈如何?但是起初我们常常为了做活动而做活动，活动结束也没有做跟访，导致活动效果难以评估。

>2、高效的解决方法

明确动机后，寻求最高效的解决方法。就为Young平台输送产品而言，根据本次的工作要求寻找目标产品，从渠道下手找产品，这是最高效的方法:

1)需要找众筹阶段的产品，就上京东众筹、淘宝众筹;

2)未大量投入市场的小鲜肉产品，就从其他智能硬件孵化器内、研究院校、产品评测网站里寻找;

3)智能家居类产品，就从智能家居展会中物色;

>3、组局与破局

这是我在做运营工作中学到的印象最深刻的一个技能。很多时候运营在做的事，就像是攒一个“局”。即，设计或假想出来一个最终可以拉动N多人一起参与一起玩一起High的事情，并一步步去让这个事情从假想变得落地。无论局大局小，组局成功的关键，总是在于你要能够一一界定清楚，局内各方的价值供给关系，并在其中穿针引线，优先引入某种较为稀缺的价值，从而逐步让各方间的价值供给关系从最初的假想一点点变为确立。

假如你想要成为一名优秀的运营，你一定需要--

1)爱上“做局”。这里的“局”，不是一个阴谋或陷阱，而是一个可以让N多人一起参与其中并同时收获价值，在N多角色之间实现价值匹配的氛围和状态。典型，好比一场活动。

2)在任何一个局面前，你一定要先能够找到它的“破局点”，并倾尽全力，通过一系列穿针引线式的.动作(它们往往都必须落实到细节)使之成立和实现。

>4、了解客户需求，寻求双方利益点

这与营销的理念是一样的，营销就是A为B创造对方想要的价值，建立与维持关系，以获得回报的思维过程。我们需要先了解客户的需求。我们考虑建立小样会员体系，以增加非小样入驻企业的智能硬件团队对小样青年社区的粘度。在去拜访前，我们设想与一些媒体、供应链、产品设计等第三方平台建立合作，谈取针对小样会员的优惠价格，再将优惠价格提供给我们的会员。但以上仅是我们的假设。通过亲自上门拜访，了解到智能硬件团队对于“市场渠道”的需求较强烈。在进行调研以前，我们常常在意淫着客户的需求。由于售楼处/样板间智能家居展活动开展的需要，我前去拜访了几家智能家居产品团队。听到我们这个活动，所访的产品方都表示兴趣很大，他们也没有尝试过房地产这条市场渠道，而我们有开发商的资源。包括我们拿着活动方案向开发商推介的时候，开发商也表示出浓厚的兴趣。摒弃传统的开盘活动，开发商也希望引入科技的元素，提高楼盘的品质、客户的满意度。三方均可获益，这个局就做起来了。

>5、因做足功课而专业

世联文化中第一句话也是最重要的一句话:世联行因团队而强大，因做足功课而专业。今年3月有幸听了在世联行服务超过十年的客户拓展部领导的分享会，其中她分享了她因“做足功课”而受益的故事，我感受颇深!有一次参加阿基米孵化器的智能硬件产品投融资活动，从活动信息中看到那款我准备拓展的智能硬件产品也参加了本次路演，于是我翻阅其官网、论坛，连其还未正式发布的产品演示视频我都翻出来看了。该产品的CEO在路演结束后下台，我跟众多投资经理一样拥簇上前，终于轮到我跟该CEO搭上话，我对其产品及其团队未参加路演的产品表示兴趣、并说出了一些我对产品设计理念的看法，CEO眼睛发亮，主动添加我的微信。因为提前做了功课，我对产品及背后运营团队已有一定的认知，交流起来非常顺畅。后来我们不但达成合作，且该团队非常支持我后续开展的工作、保持着联系。

>6、客户关系管理

CRM，通过传递卓越的顾客价值和满意，来建立和维持有价值的客户关系的整个过程。现有的智能硬件产品的客户，小部分已与小样金融、小样青年社区建立合作。智能硬件产品方于我们而言，其转化价值远远大于某一次活动合作的价值。每一次因活动或其他合作而建立联系的产品方，都应该纳入我们的产品资源库，分门别类进行客户关系维护。

>7、利用好大平台的资源

初入社会，非常幸运能够在世联行和世联科创的大平台上成长。母公司世联行在房地产领域有众多资源，另一母公司清空科创则在科技创新服务领域有丰厚的经验。两者联手建立了世联科创科技有限公司(小样青年社区)，从出生就自带两个母公司的资源。在智能家居展的活动中，我们利用了母公司世联行的资源，在房地产与智能硬件产品之间架起桥梁。而清控科创，则为我们提供了孵化器运营的宝贵经验。小样青年社区则有全国布局、综合实力强的优势。很多时候，利用公司的大平台去推动合作，会事半功倍。公司平台也为个人带来了一些优质的人脉、其他资源。但也应该清醒地明白，哪些是自己的能力，哪些是自己所在的平台带来的福利。

**网站及新媒体工作总结12**

>摘要：

随着信息技术的快速发展，我们已经进入了新媒体时代，在新媒体时代，一种全新的传播方式得到了发展，手机、电脑、微博等的配合对于传统媒体造成了很大的冲击，广告设计也是如此，本文将就新媒体时代广告设计教学工作进行相关分析。

>【关键词】

新媒体；广告设计；教学；特点；

发展在广告设计专业中，需要学生具有一定的美术功底，广告学、文案策划、公共关系、心理学、计算机操作技术等都有一定的要求，如何做到课程的合理搭配，适应新时代的发展是一个值得研究和思考的内容。

>1、新媒体时代下广告设计的特点

在新媒体发展的大环境下，信息的传播已经表现出一种新的方式，信息的传播不再依赖传统的纸媒，而是在互联网技术的基础上具有速度更快，范围更广，更多元化的表现形式，这种传播环境的变化对于广告设计的学习和教学也提出了新的要求，据数据表现，微博用户已经占到了非常大的百分比，并且具有极高的活跃度和原创度，微博和其他的一些网络传媒成为新媒体形式下一个重要的传媒方式，在这种情况下如何科学安排专业课程，吸引学生注意力就需要院校和教师来下功夫，广告的互动性在互联网的诞生之后表现更为明显，在互联网技术充分应用和渗透的今天，广告已经成为互动的、参与式的沟通行为，也就是说在新媒体的环境下原来的受众导向现在也成为了真正的参与者，所以产品的开发和市场调查需要充分重视受众导向的.互动，新媒体环境下广告设计行业的变化也对广告设计专业教学提出了新的要求。

>2、新媒体时代广告设计教学方式

适应新媒体特征的互动式教学

新媒体的发展具有一些时代性的特点，例如传播渠道的交互化、传播内容的即时化以及个性化等，以互联网为例，学生接触互联网的时间可以说是非常长的，在网络时代，手机、电脑、平板等载体组成了重要的信息传播和接收的环境，在这个大环境下成长起来的学生也是新媒体重要的受众组成，他们对于广告设计的理解和掺杂了新媒体时代的特点，在新媒体广告的表现上交互体验的效果尤为明显，在一定程度上甚至高于教师，因此在课程的教学方式上，教师需要注意到新媒体的特点，通过学生的最长接触的新媒体传播优势和传播特点来实现更多的趣味性教学互动，丰富和完善教学内容，提高教学质量，数据显示，在课堂上通过新媒体社交软件配合教学能够很大程度上提高学生的学习兴趣和学习效果。互动式教学主要表现在以下几个方面：首先，学生变被动接受为主动学习，通过多媒体的交互性教学方式，学生改变了知识接收的渠道，变被动为主动，通过自主的资料收集和讨论来实现知识的传播和理解，打破了传统的教学模式，这种教学方式需要以学生的基础理论学习到了一定阶段为基础，让学生在已有的知识储备下对新媒体时代广告设计进行一个充分的自我认知，例如教师可以在学生的知识基础上布置一项学习任务，让学生能够在网络上寻求资料和相关内容，指定一些专业材料供学生的参考，在这个过程中，学生充满了完成任务的兴奋感和成就感，在寻找资料和翻阅专业书本的过程中了解到相关的专业知识。第二教师与学生的有效互动，手机、电脑已经成为一个重要的联系渠道，是接受讯息的主要途径，据统计，绝大部分的学生都有微博账号，新媒体已经成为了学生获取知识和信息的重要部分，在这种大环境下，教师的角色转变尤为必要，应该从传统的知识传递者转变为问题的激发者、情景的设计者，让学生在新媒体的途径下学习相关知识，教师还可以通过新媒体的交流方式来和学生互动，了解学生需要和解答学生问题，另外网络教室的建立也是非常有效的教学途径，通过语音课堂的讨论和设计作业的评价来进行相关专业知识的探讨研究，数据库系统的应用，使得所有教学内容都能够被存储和调用，教学信息更容易与学生分享。最后，学生之间的合作，教师通过对任务的布置之后可以组织学生分组完成，通过学生之间的讨论逐渐加深对新媒体广告设计的认识，加强学生之间的交流和互动，让学生结合自身的体验对不同的新媒体平台进行尝试，并且通过归纳整理来实现最终的自我提升，另外在小组的基础上还可以进行广告设计的模拟，通过广告创意的输出和设计方案的达成来进行知识的总结和生化，这种体验式、模拟式的教学方式，转变了教师以讲为主要教学方式的授课方法，成为以学生为中心，让学生体验活动的过程，除此之外，学生还能够在小组合作中发挥自己的优势、激发潜能、拓展思维和视野，通过这种自主的学习和设计过程，能够使学生在提高自主学习能力的同时增强团结协作的能力，为进入社会工作岗位打下良好的基础。

建立多方位的实习模式

在广告设计专业中，实习能够充分的调动学生的学习积极性，锻炼其实践能力，广告是合计专业应该充分利用自己的行业优势，建立产学研的教学模式，与相关企事业单位建立合作的人才培养关系，让学生的实践实习有保障的基地，让企事业的发展有良好的人才储备，在实习实践的过程中，学生们可以在创作的过程中体会到新媒体时代广告设计的特点和难点，锻炼自己在团队中的交流和协作能力，做到准确的把握市场和受众心理。除此之外校企合作的模式也是一种有效常见的培养模式，通过校企合作来对学生的适应能力和创新能力开发和探索，企业和学校达成协议共同建立人才培养计划和带有校企特色的培训项目，通过这种合作方式来实现校内和校外的深度融合，有利于学校、学生和企业的三方共赢，第一让学生参与了实践学习，为之后的工作打下良好的操作基础，第二学校提升了自己的教育水平个教育质量，并且也解决了部分的学生就业率，第三在企业的角度而言，吸收了学校学生新鲜的创作活力，对于广告设计公司而言创意更是尤为重要，从而为公司的竞争力提升有所裨益。

>3、结束语

总的来说，在新媒体时代，广告设计教学工作必须跟随时代的发展，与社会的需求接轨，真正的培养社会市场所需要的人才，从课程的安排和实践性操作上提高学生学习效果，培养综合型人才。

**网站及新媒体工作总结13**

进入集团工作马上就一年了，网站是我进入集团之后接触的第一项工作，长城新媒体成立最初的依托就是长城网，每筛选一条新闻，每更新一篇稿件，我们都要全神贯注，不能有一丝懈怠，因为网站首页代表的是集团的形象，我们身上的责任就是把集团的形象树立的越来越好，绝对不能放松和大意。

部门的工作很多也很细，要求必须全身心投入。在这过程中，我提升了自己的专业能力，也重新树立了自己的职业价值观，在集团，我只是一个小小的螺丝钉，我能做的就是我永远都是一个饱满的状态，为集团和部门的成长奉献自己的全部心血。

**网站及新媒体工作总结14**

>一、回顾社会新闻部工作

1、亮点：

说实话，20xx年本人在新闻方面可以说是毫无建树，除了完成日常的新闻拍摄工作，基本没有可以拿得出手的作品。

虽然每月也有部分稿件被评为好新闻，但离评选市政府优秀新闻奖尚有一段距离，所以20xx年亮点不在我的新闻本职工作上。要说20xx年本人工作的亮点主要集中在技术保障方面。20xx年在我的努力下，基本完成了稿件服务器的建立。20xx年，新闻部采购了网络存储器，当时将稿件库也同时转移到了网络存储器上，但随着一段时间的运行，发现一段网络存储空间满了更换硬盘后，稿件也会同时被转移走。

为了将视频备份与稿件备份区分开，做到独立备份，20xx年我向技术部门申请了两台淘汰电脑，经过近两周调试将其系统更改为基于linux的网络存储系统，做到了双服务器交叉自动备份，单服务器内部镜像备份，以保证社会新闻部稿件库安全可靠有效运行。直接节省购买设备资金近8千元。

通过近一年的运行，目前稿件系统稳定可靠，没有出现任何无法读取等故障。与此同时，20xx年，我继续完善了视频备份系统，目前可以做到备份视频随时调取，并且跨度时间长，当月视频备份与去年、前年视频调取不冲突。20xx年，在我的努力下，社会新闻部办公电脑上升一个台阶，目前办公电脑已基本符合日常办公需要，不会再出现因电脑频繁死机无法按时完成写稿任务等情况。

2、不足（努力方向）：

20xx年，我会努力进行新闻采编工作，争取能拿出类似xxx小学走基层这样的作品出来，参加政府新闻奖评选工作。当然20xx年我也会继续为新闻策划出一份力，指导好同事们采写稿，争取多拿出几篇优秀作品，参加新一轮新闻评选工作。除了新闻采编方面的遗憾，另一块比较遗憾的就是新媒体创新方面。

20xx年初，中心领导就交代给我研究新媒体平台开发利用的任务，虽然经过几个月的摸索研究，搞出了一些小活动吸引了一些粉丝，但至今任然无法解决微信实名认证注册等问题，影响了整个中心新媒体建设工作进程。下一步我会继续努力，找到一条适合我们实际情况的新媒体建设发展之路。

>二、回顾教育报道部门工作

1、亮点：

20xx年我参与到了教育报道的日常管理工作中去，同时还负责xxx中专条线维护。

教育报道部门和社会新闻还是有许多的不同，报道的都是比较专业的行业新闻，我从最初的不懂到后来的有点懂，一直在不断学习着。虽然在专业领域我与这里的绝大多数记者还有着一定差距，但我还是提供一些拍摄技巧以及思路提供给这里的每一位同事，努力让教育专业新闻更具有可看性可读性。年中6、7、8月份，我与教育报道的同事们共同策划了一系列教育调查类报道，这类报道对于教育报道的同事们可以说是接触比较少，于是我在拍摄前期给予了一些参考意见，尽量让调查类报道接地气，有内容有深度。

除了新闻选题策划以及全程参与监督一些新闻采访任务以外，我还参与了众多教育报道品牌活动建设，有锡师附小校庆、新区实验小学校庆、市北高中校庆、中高招直播、中招咨询会等等。在活动开展过程中，我能很好的与其他几名负责同志相互补位，最后基本圆满的完成了领导交给我的任务。10月底、11初，我还基本独立完成了记者节广场宣传协调联系工作，配合好领导最终出色圆满的做好了记者节教育台新媒体的宣传工作。

2、不足（努力方向）：

20xx年，我对于教育报道专业领域知识学习速度还不够快，一些教育领域专业说法还不能完全掌握。

20xx年我将继续努力学习教育专业领域知识，让自己尽快跟上大家的步伐。

**网站及新媒体工作总结15**

经过一年的努力，我们微信平台的阅读量得到了大幅度提升，粉丝量也在稳步增长之中。粉丝人数从20\_年12月31日的949人增加到五万多人，一举成为XX最具影响力的微信平台。同时，经济效益开始突显，微信页面承接了XX二医院和相建·中央绿城的广告推广业务。微信平台还开通了流量主功能，能够定期从腾讯公司收取一定广告流量的提成。

下阶段工作：

一、下阶段我们将努力完成好台领导交付的各项工作任务，进一步加强同各兄弟部门的互动和衔接，做到互通有无，最大限度的利用好我们广电台本身的资源，借助大家的力量做大新媒体，也通过新媒体传播快、传播广、传播灵活的特点，宣传我们的自办栏目，巩固整个广电台的媒体竞争力。

二、不断增强我们新媒体的技术力量和XX传媒网、XX广播电视台微信公众号的影响力。对两个平台进行技术升级并引进相关的技术力量，比如直播功能、投票功能等。增强XX广播电视台的互联网运行能力，对打造电视、网络等同步运作的新广电全媒体模式有着积极的作用。

三、我们将不断整合我们现有的资源，对两个平台的内容进行一定的调整，使其更具特色，更加贴近生活、贴近受众，继续做大做强，做成品牌！

**网站及新媒体工作总结16**

20\_年，绩溪县司法局按照省、市、县关于政务公开工作的部署和要求，在县政务公开股业务指导下，加强组织领导，狠抓任务落实，全面推进决策、执行、管理、服务、结果公开，不断加强政策解读和回应关切、推进决策和执行公开、深化重点领域信息公开、政务公开平台建设、监督保障和标准化规范化建设等方面工作，切实提高群众对司法行政工作的知晓度和满意度，现将总结及自评如下：

一、政府网站及政务新媒体工作开展情况

>（一）高度重视，政府网站及政务新媒体建设工作摆上重要议事日程。专题召开政府网站及政务新媒体建设工作推进会，指定专人负责收集、上报本单位信息，各相关股室协力配合，有序推进政务公开各项工作；建立健全各项规章制度及工作责任体系,成立政务公开工作领导小组，明确工作职责，形成了“一把手”亲自抓，分管领导具体负责，各股室站所具体承办，全员参与的领导机制和工作机制。

>（二）20\_年政府网站及政务新媒体建设工作检测、自查等情况。20\_年在市县历次对政府网站及政务新媒体建设工作检测中，均未出现单项否决和栏目得分达不到60分情况；对政务公开股在日常的通报指出的问题，均能按要求如期完成整改工作。

>（三）深化重点领域，坚持推进公开。20\_年，县司法局信息公开栏目重点围绕政策法规、公共法律服务、行\_力运行、民生工程等重点领域，进一步梳理了各部门业务流程，细化了信息公开内容标准。全年共主动公开各类信息240条。

>（四）严格流程管理,规范运维发布。局机关加强对网站、微信、微博的安全管理,把握新媒体账号开设、发布等关键环节,加强流程管理,从严审核把关。严格落实信息发布“三审制”要求,建立新媒体内容发布审核机制,明确审核主体,审核流程。严肃信息发布纪律,切实做到“先审后发”“不碰红线”。

>（五）突出民生工作。定期公布我局承办的民生工程实施进度，法律援助工作情况做到随时更新发布，法律援助政策调整做好同步解读，信息多渠道广泛发布。突出政务工作动态。凡涉及司法行政改革发展的重大政策、举措、重要工作安排及其进展情况，以及社会公众关心的司法行政工作信息，及时报送公开，形成公开工作常态化机制。

二、下一步工作打算

下一步，我局将进一步夯实管理责任，强化内容保障，加大监管力度，确保网站及新媒体信息实时更新。

(一)强化学习。加强对《\_政府信息公开条例》、《绩溪县20\_年度政府网站及政务新媒体目标管理考核细则》的学习，将相关指标摸准吃透，并借鉴学习其他县市网站管理方面的先进经验，提高工作水平。

(二)夯实责任。统筹政府网站及政务新媒体管理工作，严格落实政务公开及政务新媒体相关制度,强化日常更新维护，层层压实责任。

(三)加强管理。加强自我管理，定期自查，找出问题，及时整改。对县政府每季度进行的抽查结果及反馈的问题，照单接收，立即整改，确保我局政府网站及政务新媒体健康有序发展。

(四)丰富形式。丰富政务新媒体及政务公开形式和内容，拓宽信息公开渠道，提升信息发布的便民性，提升政务服务水平。

**网站及新媒体工作总结17**

时下互联网、手机网络等新兴媒体兴起，广大受众已经不再局限于从电视等传统媒介获得资讯和影音作品。我们新媒体的几个平台传播快、范围广，也就成为了XX广电新闻、专题、自制栏目等各类节目向外推广的一个新媒介、新载体，并取得了很好的效果。像11月20日的《XX最新方言神曲来袭，几天就火遍了长株潭！听一遍能哼上一整年！》，是我们电视台栏目部摄制的一个宣传XX以及XX方言的MV，经过我们再次包装推出后，在短短的十个小时内，微信端有十二万多人观看，留言三百多条，互联网上观看次数达到十七万之多，其中有XX人，也有外地朋友，并且这一数据还在飞速增加。

**网站及新媒体工作总结18**

20\_年以来，我中心确保信息更新、运营维护工作不断档、不掉线，取得一定成效。截至20\_年11月23日，中心网站共发布各类信息100余条；12345网站共发布新闻资讯100余条，并及时选登市民诉求件反馈及优秀办件情况；e福州微信公众号更新频率为每个工作日更新，本年度共发布信息 条，粉丝数逾36万；12345微信号为服务号，每周更新，本年度共发布信息111条，粉丝数14万。

>1.加强组织领导，强化阵地管理。我中心领导高度重视网站及新媒体工作，将其作为中心意识形态工作的主要阵地，开展宣传工作。一方面，我中心建立领导亲自抓、处室分头抓的工作机制，分工明确、责任到人。坚持统筹规划、协同建设、内容同源发布，着力提升网站及新媒体工作效率。另一方面，我中心严格落实信息发布“三审制”，确保每一条信息都先审核后发布。

>2.落实普查要求，认真做好运维工作。今年以来，认真贯彻落实\_、省政府、市政府关于做好政府网站普查工作的相关要求，做好相关工作。一是建立值班制度，确保随时有人保障网站及新媒体正常运行。重点从网站页面能否正常访问、网站发布信息是否及时准确、网站各项服务和互动功能是否正常等方面做好网站运行维护工作，持续加强对网站的日常巡检和督查。二是做好网站普查工作。按要求指定专人负责普查系统收件及答复工作，确保诉求不逾期。

>3.围绕中心工作，强化服务功能。及时报道重要公务活动和工作动态，围绕我中心的各项重点业务，以网站和政务新媒体为阵地开展宣传工作。一是做好政务公开。及时发布《12345便民（惠企）服务平台与数字城管系统运行情况通报》、“三公”经费公开、市人大代表建议与市政协委员提案的办理情况等内容。注意收集市民关注的热点问题，按要求做好网上调查和民意征集工作。二是提升服务水平。优化e福州微信公众号菜单栏设计，加强提升便民服务水平。三是开展丰富多样的互动活动。今年数字中国建设峰会期间，组织开展“数字应用体验周”活动，通过线上线下相结合的方式，增强“e福州”APP及微信公众号粉丝黏度。在e福州微信公众号组织开展多场垃圾分类、文明出行、佩戴安全头盔等多主题互动活动。

**网站及新媒体工作总结19**

一、部门内部建设

（一）部门职能划分

1、美工设计组：主要负责各类平面设计，比如活动所需要海报、PPT以及文字宣传方案等。

3、宣传方案设计组：主要是依据学生会原有的各大型品牌活动的需要，划分特地的新媒体部人员对其整个活动进行跟踪理解，同时以宣传人的独特视角为其设计完整的大型宣传活动方案，以期扩充活动的整体影响。

4、活动资料总结组：主要负责准时汇总各个部门活动的照片、影响资料等，做好活动资料收集和总结，便利各部进行活动回顾和学生会总结，同时负责新媒体部的考察。

（二）部门人材培育

由于宣传工作的独绝技能需要，有需要对新媒体部部员的设计技能进行培训和提高，从而保证宣传工作的完成质量，提高部员的个人技能，传承部门传统。

培训办法：

1）在纳新完成后，进行上届和现届新媒体部员的交流会，由新媒体部上一届赋予现届成员技术书目的推举，以及操作软件的推举和安装等，有利于发挥部员的自主学习才能。

2）运用讲座、争辩会等形式，聘请具备较高手绘、PS、海报设计、新闻摄影、视频制作等技能的人才，分别进行相应的主题培训，部员全员参加，并在培训后，通过各部员所学情况，依照特长进行职能分组。

3）定期选定相关技能视频，发送到新媒体部群共享中，便于部员运用课外时候学习技术。

（三）部门定期考察

部门内部定期展开例会，对近期各项宣传工作的完成情况以及各部员体现情况和技术进步等各个方面进行总结。同时，选取在活动中较为好的设计成就进行展示和争辩，到达奖惩分明，鼓舞部员努力进取。

（四）活动资料总结

在部门内部由活动资料总结小组负责构建学生会全部活动的资料

总库，按部门、时候等分门别类，做到有序、准时的收集各活动资料，便利各项总结用法。

二、部门主要工作

新媒体部主要是通过建立和发挥各种宣传阵地和宣传方式的作用，有效宣传学生会内各项活动，做到宣传报道的时效性和创意性。同时，充足与拥有网络宣传资源的网络部、以及拥有纸质宣传渠道的《\_\_报》合作，转换帮助性活动宣传职能，变为主动主动的行使宣传职能，全面、高效的为学生会进行各方面宣传。

（一）掌握传统宣传方式，融合新型宣传渠道

在充足运用好传统的海报、横幅、展板等传统宣传渠道的基础上，跟紧年代步伐，当心互联网信息平台的`宣传作用，扩充宣传平台，加大网络宣传力度。融入交际网络比如易班、人人网、微博、以及BBS、学生会网站等的渠道宣传，做到准时更新，准时反馈，让全校师生都能便利、飞速的关注学生会各项活动的展开。

（二）当心组织内部交流，增强院级机构联络

为了更好的做好宣传工作，新媒体部成员应关注学生会内部各部门的主要品牌活动，当心与各部门成员间的交流，便于理解活动主题和所需宣传方式，从而更好的完成宣传工作。同时，应当增强与各院学生会新媒体部间的交流，可恰当与其新媒体部进项技术交流或宣传方式、办法交流等，展开校级和院级大型品牌活动的宣传合作，扩充活动影响力。

（三）转变单一宣传模式，着重综合宣传方案设计

针对学生会大型的品牌活动，新媒体部应当跳出原有的帮助性宣传角色，不再单纯接受海报、横幅等传统宣传模式，而是组成特地的活动方案设计小组，融入活动组织部门的方案策划中，并为其活动构思整体宣传方案，形成集成各种宣传方式的综合性宣传方案，扩充活动的受众，增加活动参加度。

（四）做好活动后期总结，力求创新宣传模式

在各种活动完结后，收集活动相关资料，对其整体的活动宣传进行评论和总结，改良欠好的地方，争辩是否能够做的更好，以期能够在以后的宣传中补偿不足，进行创新。

（五）定期做好学生会活动回顾，提升学生会会集力

新媒体部仅应当心活动的初期，同时，可按部门要求，在活动完结后，为部门整理活动资料，形成视频等影像集，便于相关活动部门运用总结资料进行活动回顾与交流，提升部门成员整体的会集力。而且，应在每一学期末，做学生会整体各个部门的活动总结，提升学生会整体的会集力。

（六）转变帮助性职能观念，主动展开自有品牌活动

新媒体部的职能不仅仅在于帮助其他部门展开宣传活动，同时应主动主动的为学生会、为学校的进行宣传，做有利于建立学生会、建立学校良好形象的活动。因此，新媒体部应在这一学年中，着手策划自己的品牌活动，比如“\_\_高校吉利物”征集大赛（具体策划见附件），旨在为选出符合学校形象的吉利物，将学校理念以吉利物形象融入学生生活，会集我校学子力量。

**网站及新媒体工作总结20**

不得不说时间过的真快，自己在\_公司\_部工作已有两多月了。这段时间是我人生的一个重大转折点，一个在校生成为一名社会人员的转型期，在这期间我失去了，也收获了，更多的是我成长了。走出校园我还懵懵懂懂，是电玩巴士提供了这样一个平台让我去学习，去适应，去调整，在这里我表示由衷地感谢！部门里的每个人都是那么的友善，无私的传授经验，工作中耐心的指导，\_部就是一个温暖的大家庭，我喜欢这里。

**网站及新媒体工作总结21**

对于过去的一个月，新媒体通过官方微博平台直播了学院的许多重要活动。主要如下：江服秋季运动会暨健美操大赛的时事图文转播；江服书画作品联展的拍摄与宣传；大学生综合招聘会的宣传与发布；第二届艺术与传媒分院寝室装扮大赛的宣传；艺术与传媒分院首届“致我们终将逝去的青春”朗诵比赛活动的宣传与赛后总结；通过这些活动的直播，部门成员熟悉了新媒体的发布流程，以及在一些特殊条件下，怎么去解决问题。 微博是新媒体主要工作点，需要发布学院学生会、\_的新浪微博。对于这个月，微博一直在更新，当然也遇到了许多困难与挫折。

学生会微博，主要发布的是校园生活、新闻、活动、考试考证、时事一节每次活动的现场直播。主要存在的问题有：活动直播方面，遇到的撰稿和活动照片的质量问题；微博只有一人更新，更新的频率得不到保障；活动节目的撰稿问题。活动的照片质量，由于部员不能熟练的使用相机造成了照片模糊、光线不足，导致微博的照片质量不高；微博更新不够及时，也没有充分利用好这个平台，未能真正领悟到这个平台的优点；微博的内容与板块太死板，内容不够深刻，不能做到很好的为广大师生服务；没有充分大会微博应有的作用。

\_新浪微博，主要发布的`校园新闻、后动、团的动态等内容。存在的主要问题有：内容个新问题，因为\_的微博主要发布的是关于\_的动态，所以必须要\_的新闻部更新；各个人负责的板块内容错词、错句太多。这是工作人员的疏忽，我们应该从自身找问题，做到 不犯同一错误，每句话、每个字都要细心审核，避免同样的低级错误。

总结以上问题，为了拥有一个好的平台为大家提供服务，下个月要注意这些问题争取把微博做得更好，做到为广大师生服务。

新媒体的责任很大，不管是微博还是别的平台。因此我们要保持不灭的积极性再往后的工作中，更加努力，更加上进。既然知道了自己的不足，就要在以后的工作中，纠正自己的错误，提高工作的效率，增强自身的素质，在接下来的工作中，在形式、内容上需要更加贴近大学生、服务同学、联系同学、深入同学、发动同学、引导同学，我们所有成员都会以服务同学为己任，兢兢业业、积极配合学校开展各项工作。

包含总结汇报、旅游景点、文档下载、教学研究、党团工作、专业文献、资格考试、it计算机、工作范文、外语学习以及新媒体工作总结等内容。

**网站及新媒体工作总结22**

1、校内联系：一直坚信，团委是个大家庭，各部门紧密合作，并且在之前的日子里，我们一直紧密合作，这个也是之后的工作重心之一。

2、校外联系：作为首都高校传媒联盟的常委成员之一，我们一直致力于借助这一平台，与其他高校多多沟通，紧密合作，互相学习：参加每个月的团刊界别会，以及各种不定期的活动，逐步提升本部门的整体水平；在微博上与共青\_互动，参与共青\_举办的各个活动，增加我们微博的关注量。

**网站及新媒体工作总结23**

媒体的行业人写总结时大部分会很沮丧，20xx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xx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。

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。

互联网给我们带来了什么?直到现在还无法说清，惊喜和幻灭一直在交替出现，甚至是同一个硬币的两面。但至少在写总结时，我们可以略微思考一下，什么是新/旧媒体，互联网到来后的媒体又变成了什么?

一个喜欢xx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。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！