

新媒体技术 职业技能等级标准

标准代码：560003

(2024年3.0版)

南京奥派信息产业股份公司 制定

2024年10月 发布

目 次

| | |
|-------------------|----|
| 前言..... | 1 |
| 1 范围..... | 3 |
| 2 规范性引用文件..... | 3 |
| 3 术语和定义..... | 3 |
| 4 适用院校专业..... | 5 |
| 5 面向职业岗位（群） | 6 |
| 6 职业技能要求..... | 6 |
| 参考文献..... | 16 |

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：南京奥派信息产业股份公司、北京微梦创科网络技术有限公司（新浪微博）、江苏京东信息技术有限公司、网易互动娱乐有限公司、杭州有赞科技有限公司、同程网络科技股份有限公司、深圳市金多多食品营销有限公司、北京融中传媒科技有限公司（融资中国）、北京车之家信息技术有限公司、北京益见科技有限公司、江苏龙道数据集团有限公司、微微一笑（南京）传媒有限公司、南京源之泉文化传媒有限公司、扬州大学、太原理工大学、哈尔滨职业技术大学、甘肃林业职业技术大学、海南职业技术学院、襄阳职业技术学院、郑州铁路职业技术学院、台州职业技术学院、江西陶瓷工艺美术职业技术学院、辽宁经济职业技术学院、辽宁农业职业技术学院、新疆应用职业技术学院、宁波幼儿师范高等专科学校、贵州电子商务职业技术学院、成都职业技术学院、成都工贸职业技术学院、南充文化旅游职业学院、石家庄邮电职业技术学院、广西金融职业技术学院、广西经贸职业技术学院、呼和浩特职业学院、广东科贸职业学院、北京市商业学校、北京市丰台区职业教育中心学校、安徽粮食经济技师学院、南宁第六职业技术学校。

本标准主要起草人：徐林海、董清其、刘飒、成越、戴倩倩、张静宇、郑媛、余航、闻亦柳、陈鹏飞、杨程、张欣、闫冬、王强、孙启鹏、张慧、谢雄、阳淼、陈开平、谢恒义、曹瑶瑶、高功步、温芝龙、刘岩、王国龙、李琳娜、俞洋洋、王冬、李显戈、童海君、陈正军、赵阔、相成久、肖复兴、史丽芳、唐莉莉、黄

平平、任磊、王清、张昶、李瑞盟、黄毅英、苏日娅、赵琼、王红蕾、沈丽伟、
张成武、何牧。

声明：本标准的知识产权归属于南京奥派信息产业股份公司，未经南京奥派
信息产业股份公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了新媒体技术职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于新媒体技术职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 3469 信息资源的内容形式和媒体类型标识

GB/T 34941 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求

GB/T 31232.1 电子商务统计指标体系 第1部分：总体

GB/T 31232.2 电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销

GB/T 38652 电子商务业务术语

3 术语和定义

国家、行业标准界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 新媒体 new media

以数字技术为基础，以网络为载体进行信息传播的媒介技术。本标准侧重新媒体运营领域的常用技术，主要包括新媒体平台运维技术、内容策划与加工技术、新媒体数据分析技术等，不涉及计算机编码技术。

3.2 新媒体技术 new media technology

以数字技术为基础，以网络为载体进行信息传播的媒介技术。本标准侧重新媒体运营领域的常用技术，主要包括新媒体平台运维技术、内容策划与加工技术、新媒体数据分析技术等，不涉及计算机编码技术。

3.3 新媒体技术应用 new media technology application

指新媒体技术在产品推广、品牌宣传等新媒体运营场景中的具体应用，包括但不限于新媒体平台运营、内容运营、活动运营、用户运营、数据运营等。

3.4 社交媒体 social media

用来分享交流意见、观点及经验的虚拟社区和网络平台。

3.5 网络营销 network marketing

通过互联网媒介营销产品和服务，并建立顾客关系的营销活动。

3.6 内容营销 content marketing

内容的传播、分发、审核、优化等营销活动的总称。

3.7 直播营销 live-stream marketing

商家、主播等参与者在电商平台、内容平台、社交平台等网络平台上以直播形式向用户销售商品或提供服务的活动。

3.8 短视频营销 short-video marketing

商家、达人等参与者在社交 APP、短视频 APP、新闻类 APP 等应用平台上以短视频形式向用户销售商品或提供服务的活动。

3.9 网络推广 network popularization

以企业产品或服务为核心内容，以互联网为载体，通过各种渠道向用户展示的一种推广方式。

3.10 数据采集 data acquisition

收集有用信息和数据的过程。

3.11 数据分析 data analysis

用适当的统计方法对收集的数据进行分析，为提取有用信息和形成结论而对数据进行详细研究和概况总结的过程。

3.12 互联网营销师 Internet marketer

在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的人员。

3.13 全媒体运营师 omni-media Operator

指综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的人员。

3.14 PEST 分析法 PEST analysis

指从政治 (Political)、经济 (Economic)、社会 (Social)、技术 (Technological) 四个方面对某研究对象所处的环境背景进行分析的方法。

3.15 SWOT 分析法 SWOT analysis

指将某研究对象的内部所处的优势 (Strength) 与劣势 (Weakness)，和外部环境的机遇 (Opportunity) 与威胁 (Threat) 纳入考虑，进行综合分析之后得出

一系列相应结论的方法。

3.16 AARRR 模型 AARRR model

指以用户为中心，将用户获取（Acquisition）、用户激活（Activation）、用户留存（Retention）、获得收益（Revenue）、推荐传播（Referral）对应用户生命周期中的 5 个重要环节。

3.17 AISAS 模型 AISAS model

指针对互联网与无线应用时代消费者生活形态的变化，将消费者购物决策分析历程如注意（Attention）、兴趣（Interest）、搜索（Search）、行动（Action）、分享（Share），作为一种消费者行为分析的模型。

3.18 精益管理 lean management

精益管理是以最小的人力、设备、资金、时间等投入，围绕价值链的各个环节，如采购、生产、经济运行、营销等业务流程进行持续改善，消除人、财、物、信息等要素中存在的非必要浪费。

3.19 精益创新 lean innovation

源于精益与创新的组合，是紧紧围绕客户需求和企业的战略，主要包括用精益的方法完成整个创新流程，找到浪费的原因并消除，或设计精益的产品或推出精益的服务。

3.20 生成式人工智能 Artificial Intelligence Generated Content, AIGC

基于生成对抗网络、大型预训练模型等人工智能的技术方法，通过已有数据的学习和识别，以泛化能力生成文本、图片、视频、音频等技术。

4 适用院校专业

中等职业学校：电子商务、直播电商服务、移动商务、跨境电子商务、网络营销、市场营销、数字媒体技术应用、广播影视节目制作、播音与主持、物流服务与管理、旅游服务与管理等专业。

高等职业学校：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、跨境电子商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、市场营销、数字媒体技术、网络新闻与传播、网络直播与运营、融媒体技术与运营、全媒体广告策划与营销、广播影视节目制作、摄影摄像技术、传播与策划、播音与主持、旅游管理、现代物流管理、物流工程技术、国际商务、国际经济与贸易、商务英语等专业。

高等职业教育本科学校：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、商务数据分析与管理、品牌策划与运营、市场营销、数字媒体技术、网络与新媒体、全媒体新闻采编与制作、播音与主持、旅游管理、现代物流管理、物流工程技术、国际经济与贸易、应用英语等专业。

应用型本科学校：电子商务、跨境电子商务、市场营销、新媒体技术、数字媒体技术、网络与新媒体、播音与主持艺术、信息管理与信息系统、旅游管理、传播学、物流管理、物流工程、国际商务、国际经济与贸易、商务英语等专业。

5 面向职业岗位（群）

【新媒体技术】（初级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等，主要有助理设计师、新媒体编辑、新媒体运营助理等岗位。

【新媒体技术】（中级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等，主要有设计师、新媒体运营专员等岗位。

【新媒体技术】（高级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等，主要有新媒体运营主管岗位。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

新媒体技术职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【新媒体技术】（初级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等的营销部门，从事新媒体平台日常维护、内容加工、数据采集与初步分析等工作；根据融媒体理念和营销方案完成新媒体平台操作和不同类型的信息内容处理，具备应用新媒体技术进行平台维护、内容加工和数据初步分析的能力。

【新媒体技术】（中级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等的营销部门，从事新媒体平台运营维护、内容运营、活动运营、新媒体数据分析技术应用等工作；根据融媒体理念和营销目标完成新媒体营销平台选择、内容策划和活动运营，具备应用新媒体技术开展创意策划、内容运营、活动运营和数据分析应用的能力。

【新媒体技术】（高级）：主要面向互联网企业、电子商务企业、生活服务企业、转型互联网+的传统企业等的营销部门，从事新媒体平台运营策略制定、内容规划与推进、评估与优化等工作；根据融媒体理念和营销战略完成新媒体平台策略制定、内容规划、运营效果评估，具备应用新媒体技术开展统筹规划、执行管理、风险控制和精益创新的能力。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 新媒体技术职业技能等级要求（初级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------------|------------|---|
| 1. 新媒体平台日常维护 | 1.1 平台基础设置 | <p>1.1.1 能理解不同类型新媒体平台规则，在社交类、资讯类、视频类、直播类、电商类等平台注册和认证企业账号，设置账号基本信息。</p> <p>1.1.2 能整理注册资料，及时归档，使注册信息具备可移交性。</p> <p>1.1.3 能根据平台要求、行业特色和企业风格，设置平台主页等基础信息，完成新媒体矩阵的基础搭建。</p> <p>1.1.4 具备法律意识和保密意识。</p> <p>1.1.5 具备平台规则的学习能力。</p> |
| | 1.2 日常内容发布 | <p>1.2.1 能根据内容运营主题排期计划，按照发布频率推送日常内容。</p> <p>1.2.2 能更新和维护转载来源，应用平台功能或第三方工具，对内容进行转载、编辑、排版，以符合平台、企业和转载方要求。</p> <p>1.2.3 能利用智能工具搜集、筛选并分析热点事件，丰富内容素材库，并根据平台规则，规范素材格式，整理上报。</p> <p>1.2.4 具备原创意识和版权意识。</p> <p>1.2.5 具备规范引用能力和文字编辑能力。</p> <p>1.2.6 具备严谨细致的工作态度。</p> |
| | 1.3 粉丝维护 | <p>1.3.1 能遵循社会主义核心价值观，置顶优质评论，对于不合规或不文明的负面评论，进行正面回复或联系用户删除。</p> <p>1.3.2 能及时解答粉丝提出的关于产品、服务、活动等问题，搜集、整理粉丝的反馈信息，移交给相关部门，并将异常情况及时上报。</p> <p>1.3.3 能维护平台粉丝，根据粉丝互动、活跃情况，发现和管理优质粉丝。</p> <p>1.3.4 具备良好的线上沟通表达能力，以及初步的问题发现与解决能力。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------|------------|--|
| | | 1.3.5 具备处理负面反馈信息和海量内容的抗压能力。 |
| 2.内容加工 | 2.1 图文编辑 | <p>2.1.1 能根据活动目标和主题,搜集活动素材,完善图文素材库。</p> <p>2.1.2 能根据图片应用要求,利用图片处理软件或 AIGC 工具,进行图片编辑、处理和美化。</p> <p>2.1.3 能根据活动主题和目标受众,运用智能工具,撰写具有创意和吸引力的活动文案。</p> <p>2.1.4 能了解图片、字体使用规则,根据活动主题和平台特点,对图文进行编辑、排版、校对。</p> <p>2.1.5 具备图文审美能力和较强的图片处理能力。</p> <p>2.1.6 具备图片和文字版权意识。</p> |
| | 2.2 短视频制作 | <p>2.2.1 能根据视频拍摄主题,使用智能工具辅助创意构思,编写分镜脚本。</p> <p>2.2.2 能根据视频脚本,利用手机或相机等拍摄工具构图取景,拍摄短视频。</p> <p>2.2.3 能根据活动主题和品牌传播需要,运用数字人或其他 AIGC 工具,制作品牌宣传短视频。</p> <p>2.2.4 能使用视频剪辑工具,进行视频剪辑、添加特效和字幕等处理,使视频和音乐节奏同步。</p> <p>2.2.5 具备视频审美意识和音画节奏的精准把控能力。</p> <p>2.2.6 具备视频和音乐素材版权意识。</p> |
| | 2.3 直播脚本编写 | <p>2.3.1 能根据直播目标与商品特性,搜集并整理直播素材,构建并持续完善素材库。</p> <p>2.3.2 能熟知商品属性与特色,结合市场需求与消费者心理,提炼出商品的独特卖点。</p> <p>2.3.3 能根据直播流程规划,运用智能工具辅助创意构思,编写直播脚本。</p> <p>2.3.4 具备市场洞察力和商品敏感度。</p> <p>2.3.5 具备良好的文字表达能力。</p> |
| | 2.4 内容发布 | <p>2.4.1 能根据活动主题和目标人群,设置活动标题、封面、正文信息。</p> <p>2.4.2 能根据内容主题和形式,选择最佳的发布时间,多渠道分发内容。</p> <p>2.4.3 能利用企业社群资源,发布并推广内容,增加活动曝光度,为活动造势。</p> <p>2.4.4 具备规范使用信息发布用语的能力。</p> <p>2.4.5 具备网络安全法等相关法律法规意识。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|-------------|-----------------|---|
| 3.数据收集与初步分析 | 3.1 传播数据收集与初步分析 | <p>3.1.1 能根据效果评价体系，理解阅读数、转发数、评论数、点赞数等基础指标和转发率、评论率、点赞率等相对指标，根据指标采集、统计数据。</p> <p>3.1.2 能初步处理传播数据，将其与历史数据和传播目标对比，分析传播效果。</p> <p>3.1.3 能利用微信指数、百度指数、头条指数、微指数等数据平台，分析传播热度和趋势。</p> <p>3.1.4 具备数据保密意识和数据敏感度。</p> <p>3.1.5 具备数据分析平台或工具的学习和应用能力。</p> |
| | 3.2 互动数据收集与初步分析 | <p>3.2.1 能根据效果评价体系，采集转、评、赞等定量数据和用户留言、评论等定性数据。</p> <p>3.2.2 能根据用户的转、评、赞等定量数据，分析用户互动趋势和活跃度。</p> <p>3.2.3 能根据用户留言、评论等定性数据，识别用户有效反馈，挖掘销售线索。</p> <p>3.2.4 具备数据保密意识，数据提取能力，以及初步的数据分析能力。</p> <p>3.2.5 具备严谨细致的工作态度。</p> |
| | 3.3 转化数据收集与初步分析 | <p>3.3.1 能根据效果评价体系，理解关注率、流失率、付费转化率、退款率等转化相关指标，依据指标采集、统计数据。</p> <p>3.3.2 能根据关注或入群用户数、取关或退群用户数等，计算用户转化率，初步分析用户转化情况。</p> <p>3.3.3 能根据付费用户数或付款金额、退款用户数或退款金额等，计算成交转化率，初步分析成交转化情况。</p> <p>3.3.4 具备初步的用户增长意识和投入产出意识。</p> <p>3.3.5 具备一定的信息提取能力。</p> |

表 2 新媒体技术职业技能等级要求（中级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|-------------|-------------|---|
| 1.新媒体平台运营维护 | 1.1 新媒体平台选择 | <p>1.1.1 能对比分析不同类型新媒体平台的风格、用户特点、内容偏好、流量分布等，熟知各平台的优缺点及传播价值。</p> <p>1.1.2 能根据企业定位、平台特性、产品特点、目标用户行为与偏好、预算，选择合适的平台。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------|------------|---|
| | | <p>1.1.3 能了解行业前沿趋势，及时跟踪平台最新进展和规则变动，发现有价值的新平台。</p> <p>1.1.4 能根据新媒体运营策略、各平台特征和目标受众，确定不同企业账号在新媒体矩阵中的运营定位和营销重点。</p> <p>1.1.5 具备对新技术、新平台的学习能力。</p> <p>1.1.6 具备良好的信息搜索能力。</p> |
| | 1.2 日常内容审核 | <p>1.2.1 能根据政策规定、行业规则、市场规范等，建立敏感词库，并持续更新。</p> <p>1.2.2 能利用人工智能技术或工具，识别内容中的敏感词或违规内容，保证内容的合规性和可靠性。</p> <p>1.2.3 能及时检查用户留言、评价等，处理负面信息，避免产生不良影响。</p> <p>1.2.4 具备互联网法律法规意识和版权意识。</p> <p>1.2.5 具备敏锐的市场感知能力和内容判断能力。</p> |
| | 1.3 平台用户管理 | <p>1.3.1 能采集、分析用户数据，提炼用户标签，绘制用户画像。</p> <p>1.3.2 能根据用户画像进行用户分层，构建用户体系。</p> <p>1.3.3 能根据用户体系及各层用户特点，制定用户运营策略，促进用户活跃、留存和转化。</p> <p>1.3.4 能构建用户社群，策划线上线下活动，促进用户的活动参与、社交互动及对品牌的认同。</p> <p>1.3.5 具备较强的用户增长意识。</p> <p>1.3.6 具备良好的沟通管理能力。</p> |
| 2.内容运营 | 2.1 内容策划 | <p>2.1.1 能根据公司定位和规划方案，制定内容运营计划。</p> <p>2.1.2 能根据内容运营目标和主题，策划适用于不同平台的内容，制定内容排期规划表，进行人员分工和任务分配，确保矩阵中各平台内容的协同性和互补性。</p> <p>2.1.3 能根据行业特点，及时追踪舆情热点或巧用重大节日话题，结合品牌调性，在时间节点内高效完成事件策划。</p> <p>2.1.4 具备热点敏感度和热点捕捉能力，以及良好的文案策划能力。</p> <p>2.1.5 具备良好的创新思维能力。</p> |
| | 2.2 内容生产 | <p>2.2.1 能根据不同平台的内容特点和形式，确定内容生产规范，制定内容生产流程。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------|-------------|---|
| | | <p>2.2.2 能分析、归类和总结历史事件，持续积累文本、图片、视频和音频素材，完善内容素材库。</p> <p>2.2.3 能根据内容运营目标和平台特点，整合资源，运用 AIGC 工具，结合人工审核与调整，快速创作高质量且富有创意的文字、图片、互动海报、音频、（短）视频、直播等内容。</p> <p>2.2.4 具备版权意识和内容把控能力。</p> <p>2.2.5 具备一定的 AIGC 内容合法合规意识。</p> <p>2.2.6 具备良好的创新创意能力。</p> |
| | 2.3 内容分发 | <p>2.3.1 能根据内容运营目标、内容主题和形式、平台定位和分发机制，选择合适的分发平台。</p> <p>2.3.2 能利用第三方工具或平台，将内容一键智能分发到多个平台。</p> <p>2.3.3 能根据用户行为特点和标签等信息，利用平台推广工具和智能推荐算法，进行针对目标区域、人群、时间的精准分发。</p> <p>2.3.4 具备对平台分发与推荐机制的学习和运用能力。</p> <p>2.3.5 具备较强的沟通交流能力、合作能力。</p> |
| 3.活动运营 | 3.1 活动策划 | <p>3.1.1 能根据公司目标和运营规划，制定活动运营计划。</p> <p>3.1.2 能根据市场现状和平台特点，确定以品牌、产品或用户等为中心的活动目标。</p> <p>3.1.3 能根据活动主题和活动目标，确定活动流程、活动创意、活动推广计划、物料、预算等，编写活动方案。</p> <p>3.1.4 具备良好的品牌意识。</p> <p>3.1.5 具备沟通管理能力和一定的成本管理能力。</p> <p>3.1.6 具备良好的创新创意能力。</p> |
| | 3.2 活动实施与推广 | <p>3.2.1 能根据活动特点及形式，结合市场热点，选择合适的内容形式和预热平台，进行活动预热。</p> <p>3.2.2 能根据活动方案，通过企业官方渠道、付费渠道、自媒体平台、垂直社群等，进行活动实施。</p> <p>3.2.3 能利用活动中的图片、视频等典型素材，结合用户反馈，从新媒体矩阵中选择合适的平台渠道，进行活动的二次传播，实现持续推广。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|--------------|------------|--|
| | | <p>3.2.4 具备较强的资源获取能力和渠道拓展能力。</p> <p>3.2.5 具备良好的市场推广意识和执行力。</p> <p>3.2.6 具备一定的洽谈能力、沟通交流能力。</p> |
| | 3.3 活动跟踪 | <p>3.3.1 能根据活动目标，划分活动节点，制定阶段性目标。</p> <p>3.3.2 能持续监控活动进展，通过页面访客数、参与人数、销量、付费等数据，分析目标完成度。</p> <p>3.3.3 能根据目标完成度和活动预算，调整活动执行计划，合理控制成本。</p> <p>3.3.4 能及时发现活动执行中的异常情况，启动相应预案。</p> <p>3.3.5 具备对异常数据的诊断能力。</p> <p>3.3.6 具备问题解决能力和应变能力。</p> |
| 4. 新媒体数据分析应用 | 4.1 内容运营复盘 | <p>4.1.1 能根据内容运营目标和评估体系，提取关键指标数据。</p> <p>4.1.2 能回顾和梳理内容运营的各个环节，对浏览量、转载量、点赞量、停留时长、分发渠道、用户评价等进行分析，评价内容质量和传播效果。</p> <p>4.1.3 能针对内容运营结果与预期目标之间的偏差，分析原因，总结经验和不足，提出内容优化建议。</p> <p>4.1.4 具备内容数据分析能力。</p> <p>4.1.5 具备复盘总结能力和诊断改进能力。</p> |
| | 4.2 活动运营复盘 | <p>4.2.1 能根据活动运营目标和评估体系，提取关键指标数据。</p> <p>4.2.2 能回顾和梳理活动执行的各个环节，对用户规模、用户反馈、推广渠道、传播节奏等进行分析，诊断流程合理性和资源有序性。</p> <p>4.2.3 能基于活动执行结果，对比预期目标、历史活动、行业类似活动，分析活动效果，发现异常，找出原因，总结经验和不足，提出活动优化建议。</p> <p>4.2.4 具备活动数据分析能力。</p> <p>4.2.5 具备批判性思维能力和诊断改进能力。</p> |
| | 4.3 用户运营复盘 | <p>4.3.1 能根据用户运营目标和评估体系，基于用户的属性和行为，提取关键指标数据。</p> <p>4.3.2 能根据平台用户数据、内容及活动效果数据，评价用户增长效果、转化效果和口碑效果。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|------|------|---|
| | | <p>4.3.3 能根据用户反馈，挖掘用户需求，提炼用户管理的优化建议，提升用户体验。</p> <p>4.3.4 具备较强的互联网用户运营思维能力。</p> <p>4.3.5 具备用户数据分析能力。</p> |

表 3 新媒体技术职业技能等级要求（高级）

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|----------------|----------|---|
| 1. 新媒体平台运营策略制定 | 1.1 市场分析 | <p>1.1.1 能收集与处理国内外市场相关信息，运用 PEST 方法、SWOT 方法等，分析新媒体运营环境与行业趋势，提出运营建议。</p> <p>1.1.2 能根据平台用户数据及第三方渠道数据，分析并提炼目标用户的属性、行为特征及媒体使用习惯和偏好，构建用户群体画像，明确受众需求和痛点。</p> <p>1.1.3 能基于品牌定位和核心价值，分析品牌与受众的情感联系和沟通点，确定品牌推广的目标和关键信息。</p> <p>1.1.4 能根据平台定位、风格、用户特征和品牌形象等，分析各平台优缺点，评估各平台的商业潜力和变现能力，确定新媒体运营的平台。</p> <p>1.1.5 能根据运营目标，结合内外环境分析、产品与用户分析结果，制定可行性报告。</p> <p>1.1.6 具备市场洞察与判断能力、新技术发现能力。</p> <p>1.1.7 具备国际视野与跨文化交流能力。</p> |
| | 1.2 目标设定 | <p>1.2.1 能根据企业经营目标、品牌知名度提升诉求、投入预算及市场现状，设定内容运营、活动运营、用户运营的目标。</p> <p>1.2.2 能根据预算与成本管理方法、投入产出理论，结合行业市场趋势的分析与预测，设定效益目标。</p> <p>1.2.3 能根据新媒体运营目标的市场、品牌、产品、用户等维度，制定评估标准。</p> <p>1.2.4 具备市场敏感意识、预算与成本控制意识和结果导向意识。</p> <p>1.2.5 具备目标规划与量化能力。</p> |
| | 1.3 策略制定 | <p>1.3.1 能根据运营目标与平台定位，运用 AARRR、AISAS 等模型，制定内容运营策略。</p> <p>1.3.2 能根据运营目标与平台定位，结合新媒体运营需求，制定活动运营策略。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|-----------|--------------|---|
| | | <p>1.3.3 能根据运营目标与平台定位，运用用户定位、用户拉新与留存、用户分层等方法，制定用户运营策略。</p> <p>1.3.4 能根据细分人群特点与需求，结合品牌推广的诉求，选择合适的平台搭建新媒体矩阵，明确多平台协同的运营目标，制定矩阵化运营策略。</p> <p>1.3.5 具备对运营新理论、新技术、新方法的学习与应用能力。</p> <p>1.3.6 具备市场前瞻意识和用户需求洞察能力。</p> <p>1.3.7 具备平台运营规划能力和创新能力。</p> |
| 2.内容规划与推进 | 2.1 内容运营规划 | <p>2.1.1 能根据运营策略进行目标拆分，制定工作计划。</p> <p>2.1.2 能根据内容运营策略，明确用户画像、应用场景和需求，做好内容运营定位。</p> <p>2.1.3 能运用头脑风暴、5W2H等方法，确定运营主题、内容、人员、预算，撰写新媒体内容运营方案。</p> <p>2.1.4 具备整合运营策划能力。</p> <p>2.1.5 具备归纳、演绎、分析能力。</p> |
| | 2.2 内容运营执行管理 | <p>2.2.1 能根据运营方案，落实各环节的人员分工、物料准备、资源合作洽谈、运营预算等。</p> <p>2.2.2 能根据运营策略，搭建和完善内容体系，定期策划和落实具体内容方案。</p> <p>2.2.3 能制定方案执行的管理办法，形成有效工作协调机制，妥善处理协作和沟通问题。</p> <p>2.2.4 能统筹方案的落地执行，及时跟踪工作进展，组织人员定期评估、汇报进度，解决执行中出现的问题。</p> <p>2.2.5 具备项目管理能力和领导力。</p> <p>2.2.6 具备内外部沟通协调能力。</p> <p>2.2.7 具备问题解决能力。</p> |
| | 2.3 风险控制 | <p>2.3.1 能制定审核标准与审核流程，把控运营过程中内容与活动的合法合规性、矩阵化运营中的品牌形象一致性。</p> <p>2.3.2 能识别运营执行中出现的市场、成本、技术、管理等风险，分析问题并提出解决办法。</p> <p>2.3.3 能发现运营执行中的突发舆情事件并及时上报，提出危机公关的建议。</p> <p>2.3.4 具备法律意识和风险意识，以及对一般性事件的风险控制能力。</p> |

| 工作领域 | 工作任务 | 职业技能要求 |
|---------|----------|--|
| | | 2.3.5 具备对重大事件、突发事件和敏感事件的危机判断能力。 |
| 3.评估与优化 | 3.1 效果评估 | <p>3.1.1 能根据运营目标确定关键评估指标，提取传播、互动及转化数据，建立效果评估体系。</p> <p>3.1.2 能评估内容效果、活动效果、用户运营效果，梳理效果支撑数据，发现异常，分析原因，总结经验，提出优化建议。</p> <p>3.1.3 能根据运营目标、过程、效果，撰写效果评估报告。</p> <p>3.1.4 具备数据思维能力、批判性思维能力和信息分析能力。</p> <p>3.1.5 具备复盘能力。</p> |
| | 3.2 效益评估 | <p>3.2.1 能根据运营目标确定关键评估指标，提取内容运营、活动运营、用户运营的关键数据，建立效益评估体系。</p> <p>3.2.2 能评估运营投入与产出，发现异常，分析原因，提出优化建议。</p> <p>3.2.3 能分析团队成长效益、品牌效益等，撰写效益评估报告。</p> <p>3.2.4 具备投入产出意识。</p> <p>3.2.5 具备数据思维能力和逻辑分析能力。</p> |
| | 3.3 精益创新 | <p>3.3.1 能根据效果评估报告和效益评估报告，调整新媒体平台投放策略。</p> <p>3.3.2 能根据定期复盘结果，调整运营资源的投入比例，优化内容运营、活动运营、用户运营的策略。</p> <p>3.3.3 能监控运营执行情况、把控流程节奏，对比分析运营效果与预期目标的偏差，提出修正建议。</p> <p>3.3.4 具备成本意识，以及应变能力。</p> <p>3.3.5 具备整合优化管理能力。</p> <p>3.3.6 具备质量管理能力、精益管理能力。</p> |

参考文献

- [1] GB/T 3469-2013 信息资源的内容形式和媒体类型标识
- [2] GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求
- [3] GB/T 31232.1-2018 电子商务统计指标体系 第1部分：总体
- [4] GB/T 31232.2-2014 电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销
- [5] GB/T 38652-2020 电子商务业务术语
- [6] 教学用电子商务领域术语 [S] 2018
- [7] 《人力资源社会保障部办公厅 市场监管总局办公厅 统计局办公室关于发布智能制造工程技术人员等职业信息的通知》人社厅发〔2020〕17号
- [8] 《人力资源社会保障部办公厅 市场监管总局办公厅 统计局办公室关于发布区块链工程技术人员等职业信息的通知》人社厅发〔2020〕73号
- [9] 中华人民共和国教育部.高等职业学校电子商务类专业简介（2022年）.[S].2022.
- [10] 中华人民共和国教育部.高等职业学校市场营销类专业简介（2022年）.[S].2022.
- [11] 《“十四五”文化发展规划》》中共中央办公厅 国务院办公厅. 2022
- [12] 《新时代的中国网络法治建设》国务院新闻办公室. 2023