

2019 学年新媒体运营师专业技能等级考试 考试大纲（初级）

I. 考试介绍

新媒体运营师专业技能等级考试依托我国在全球新媒体领域的领先地位和先进模式，围绕新媒体行业的理论与实践，以推动专业技术人才队伍建设、构建符合我国国情的新媒体职业技术人才培养体系为目标，建立科学的评价体系和完善的考试流程，是具有权威性的国际化新媒体行业人才技能等级考试。

II. 考查目标

新媒体运营师专业技能等级考试涵盖新媒体概论、新媒体运营实战技能、新媒体营销、内容电商、软文营销、新媒体文案创作与传播、微信营销与运营、微博营销与运营、新媒体写作平台策划与运营、新媒体运营、直播营销、社群营销、新媒体数据分析、微信小程序等

专业内容。要求考生：

1. 准确地记忆新媒体运营有关知识；
2. 准确、恰当地使用新媒体运营专业术语，正确理解和掌握新媒体相关概念、方法及发展方向；
3. 运用专业知识和技巧，处理运营工作中的实际需求和问题。

III. 考试形式和试卷结构

一、试卷满分及考试时间

试卷满分为 100 分，考试时间为 120 分钟。

二、答题方式

新媒体运营师专业技能等级考试采用上机答题的方式进行在线电子化考试，系统进行在线监考。

三、试卷题型结构

1. 简答题，共 20 分；

2. 论述题，共 30 分；
3. 材料分析题，共 20 分；
4. 文案策划写作题，共 30 分。

IV. 考查内容

新媒体运营师专业技能等级考试

(初级)侧重考查新媒体入门知识和使用技能。以下为考试考核内容。

一、 新媒体概论

1.1 新媒体基础知识

- 1.1.1 新媒体的概念及特征
- 1.1.2 新媒体发展趋势
- 1.1.3 新媒体运营的关键能力
- 1.1.4 常见的新媒体类型及特点

1.2 新媒体广告投放载体

- 1.2.1 新媒体时代广告和传播的新特点
- 1.2.2 新媒体广告投放的一般流程
- 1.2.3 新媒体广告投放的主要付费模式
- 1.2.4 新媒体广告的投放载体类型及特征
- 1.2.5 新媒体广告投放载体的发展

趋势

1.3 新媒体运营策略

- 1.3.1 企业推广方式的变化及趋势
- 1.3.2 传统企业转型新媒体平台的模式
- 1.3.3 新媒体渠道卡位
- 1.3.4 系统策划运营方案
- 1.3.5 了解互联网动态的方法
- 1.3.6 提高策划能力的方法

1.4 新媒体负面效应及网络舆情管理

- 1.4.1 新媒体的负面效应
- 1.4.2 网络谣言的概念
- 1.4.3 网络暴力的概念
- 1.4.4 新媒体管理与相关政策法规

二、 新媒体运营实战技能

2.1 新媒体图片

- 2.1.1 封面图
- 2.1.2 信息长图
- 2.1.3 icon 图标
- 2.1.4 九宫图
- 2.1.5 GIF 图

2.2 新媒体排版

2.2.1 创意云文字

2.2.2 文字排版基础

2.2.3 图片排版

2.2.4 音频排版

2.2.5 视频排版

2.3 新媒体表单

2.3.1 表单结构

2.3.2 常用表单工具

2.3.3 表单应用场景

2.3.4 表单发布

2.3.5 表单数据分析

2.4 新媒体 H5

2.4.1 H5 的概念及发展

2.4.2 H5 的功能及特点

2.4.3 引发 H5 传播的心理因素

2.4.4 H5 的展现形式

2.4.5 H5 的页面设计

2.5 新媒体音频、视频

2.5.1 新媒体音频、视频

2.5.2 音频、视频格式转换

三、 新媒体营销

3.1 新媒体营销基础知识

3.1.1 新媒体营销的概念及特点

3.1.2 新媒体的营销价值

3.2 新媒体营销模式基础及应用

3.2.1 饥饿营销

3.2.2 事件营销

3.2.3 口碑营销

3.2.4 情感营销

3.2.5 互动营销

3.2.6 病毒营销

3.2.7 借势营销

3.2.8 IP 营销

3.2.9 社群营销

3.2.10 跨界营销

3.3 新媒体营销平台应用

3.3.1 微博平台

3.3.2 微信平台

3.4 新媒体营销行业应用

3.4.1 新媒体营销在各行业的应用
及特点

3.4.2 新媒体营销的注意事项

3.4.3 新媒体营销公关

四、 软文营销

4.1 软文营销基础

4.1.1 软文的定义

4.1.2 新媒体软文营销的特点

4.2 软文营销设计和应用

4.2.1 软文营销设计流程

4.2.2 爆款软文的要素与写作技巧

五、 新媒体文案创作与传播

5.1 新媒体文案概述

5.1.1 新媒体文案的概念及特点

5.1.2 新媒体文案的重要性

5.1.3 新媒体文案常见的类型

5.2 新媒体文案的岗位要求

5.2.1 新媒体文案的工作职责

5.2.2 新媒体文案的岗位要求

5.2.3 新媒体文案的职业能力素养

5.3 新媒体文案的创作思路

5.3.1 新媒体文案的写作步骤

5.4 新媒体文案的写作

5.4.1 新媒体文案的写作要求

5.4.2 新媒体文案的写作方法与技

巧

六、 微信营销与运营

6.1 微信营销基础知识

6.1.1 微信营销的意义

6.1.2 微信与其他社交产品的区别

6.1.3 微信及微信公众平台的营销价值

6.1.4 工具在营销中所起到的作用

6.2 微信个人号运营

6.2.1 个人微信的装修技巧

6.2.2 增加微信好友的途径和方法

6.2.3 通过微信建立信任的方法

6.2.4 朋友圈内容发布

6.2.5 朋友圈活动策划

6.3 微信公众平台基础操作入门

6.3.1 微信公众平台的分类和申请

6.3.2 微信公众平台的设置

6.3.3 微信公众平台主要功能和附加功能

6.3.4 微信公众账号的行为规范

七、 微博营销与运营

7.1 微博的基础知识

7.1.1 微博的传播特征

7.1.2 微博账号的类型与特点

7.1.3 微博与微信的区别

7.2 微博营销概论

7.2.1 微博的营销价值

7.2.2 微博营销与微信营销、博客营销的区别

7.2.3 微博营销的模式

7.3 微博的基础操作

7.3.1 微博账号申请流程

7.3.2 微博装修的技巧

7.3.3 微博认证的申请方法

八、 新媒体运营

8.1 运营岗位的综合要求

8.1.1 新媒体运营岗位的能力要求

8.1.2 新媒体运营的职业发展路径

8.1.3 运营岗位的关键因素

九、 社群营销

9.1 社群营销的基础知识

9.1.1 社群的概念

9.1.2 社群的构成要素

9.1.3 社群营销的价值

9.1.4 社群质量的评估