

基本信息			
姓名：郑贵馨	性别：女	手机：13079405826	
出生日期：2000.08.10	邮箱：zgx14002@163.com	家乡：辽宁省 营口市	
教育背景			
2022 年 9 月-2025 年 6 月	西南大学 211 双一流	农业管理（硕士） 经济管理学院	
2018 年 9 月-2022 年 6 月	辽宁大学 211 双一流	经济学（本科） 经济学院	
获奖情况： 研究生一等学业奖学金、辽宁大学优秀学生干部奖学金、“互联网+”大学生创新创业大赛三等奖、研究生思想政治理论课社会实践报告比赛校一等奖、社会实践与志愿服务先进个人、先进团员。			
技能证书： CET4、6；国家计算机二级；熟练掌握 office、秀米、剪映、xmind 及 PS、PR 基础操作；			
实习经历			
百度（北京）	人力资源实习生（SSC）	2024.07—2024.09	
✧ 入职材料审核： 审核新员工入职材料 800 余份，并梳理审核流程，分类生成 SOP。提升审核效率，确保内容明确，整体简化审核时间。			
✧ 入职现场组织： 组织周一、周三的新员工入职活动，包括材料准备、设备维护、会场布置、员工引领及现场答疑，提升入职流程效率和员工满意度。			
✧ 人才落户项目： 负责应届生落户材料的收集与归档 200 余份，主动检查并纠正日期、签字、盖章等信息，确保准确。优化分类方式，减少材料替换与系统录入时间，显著提高整体工作效率。			
北京科锐国际人力资源股份有限公司	人才招聘顾问实习生（RPO）	2024.03—2024.05	
✧ 工作职责： 为大众安徽和大众科技招募中高端技术与管理岗位，涵盖技术工程师、采购和项目管理等职位。快速适应岗位要求，通过高效的沟通，首周成功推荐 2 名候选人。实习期间共推荐 15 名候选人，其中 8 人参加面试，3 人获得 offer。			
✧ 市场动态洞察： 根据行业动向，预计随着特斯拉公司人员变动，将有大量新能源汽车行业人才回流市场。为了及时锁定符合大众公司需求的候选人，进行有针对性的人才发掘和筛选工作。成功提升推荐效率，在同组实习生中达到了推荐候选人数量的第 1 名。			
✧ 匹配人才画像： 深入拆解岗位需求与人才画像，进行深入的候选人沟通，全面了解其职业背景、薪资期望和语言技能，快速评估其工作能力、岗位兴趣度。			
✧ 人才检索流程优化： 针对车灯采购岗位招聘需求，发现按照直译中文岗位名称进行搜索存在困难。因此，通过简历梳理及供应商人才库定位，重新总结准确的岗位需求，并整理中文版 JD。同时将此次案例经验总结成为可复用的方法，以提升后续招聘工作效率。			
七音琴行音乐工作室	校内推广与招生销售	2019.09—2020.09	
✧ 用户洞察： 识别新生在大学校园内强烈的交友需求及对吉他乐器广泛流行的兴趣，抓住其短期学习效果和持续复购需求潜力。凭借精准的市场定位和高效的销售推广策略，实现同期校园大使中报名人数 top1。			
✧ 销售策略制定： 通过组织校内吉他试听会增加互动体验环节，并提供吉他免费练习使用与朋友圈展示视频剪辑增值服务，结合现场组队报名优惠等策略，有效推动学生购买吉他学习课程。			
✧ 销售沟通： ① 个人销售： 通过寝室访问展现亲和力，结合对吉他辅导班的优势分析与免费增值服务，制定独特销售策略与沟通话术，建立并维护良好客户关系。② 渠道销售： 与吉他社团合作，通过权益置换等方式，利用其演出机会进行全面课程推广，提高品牌知名度。③ 团队培训与发展： 总结个人推广经验，系统性培训后续推广学生，提升团队整体营销能力。			
新媒体运营经历			
经济管理学院研究生学生会	新媒体中心干事	2022.06—2023.06	
✧ 公众号运营： 管理“西南大学经济管理学院研究生会”公众号，跟踪记录会议、比赛等活动，并撰写相关新闻稿件与推文排版。			
✧ 活动策划： 通过学生调研问卷，敏锐洞察同学对于考公、就业和申博等问题的集中需求，基于此，策划“经验微讲堂”系列推文活动。邀请校园优秀应届毕业生分享经验，完整参与需求分析、策划和执行落地。该系列推文的平均阅读量相比其他内容增长了 300+曝光。			
商赛项目经历			
“海岛寻鲜”互联网+创新创业大赛	项目成员	2021.04—2021.06	
✧ 项目概述： 以互联网+旅游为基本背景，聚焦于大连市长海县哈仙岛的文旅资源与发展现状，进行深入调研分析，提出“一块多链”产业模式，多链即 文化、民宿、海产品及娱乐场景 ，结合互联网全平台新媒体营销。致力于深入挖掘海岛文旅资源，推动地方经济增长。目前年营销推广量已超过 5000 万，自营直播单场观看量达到 8 万以上，视频流量峰值达 50 万。			
✧ 市场定位分析： 通过实地采访当地居民和收集资料等方式，全面了解文化历史、商业发展、海洋资源及娱乐设施现状等内容。采用 SWOT 分析法，并进行用户画像及同类竞争对手分析，将目标市场锁定为东北及华北地区 21-40 岁年轻城市居民。			
✧ 战略制定： ① 文化+音乐平台营销： 依托黄海前哨爱国教育基地，结合“长海号子”和当地红色故事，创作歌曲及视频，通过音乐平台进行文化推广。② 民宿+多渠道宣传： 改造海岛主题民宿，提供旅居游玩一体化定制服务。通过自营账号和 kol/koc 的合作，分享客人体验和民宿特色。③ 海产品+电商直播： 建立养加销一体化的产业模式，游客可参与体验捕捞与加工。通过线下+电商直播展示产品新鲜度，推动海产品及文创产品的销售。④ 娱乐场景+线上套票： 推出游艇体验、海上垂钓等娱乐设施，通过购票平台提供套票，结合周边景点进行捆绑销售，促进娱乐场景的消费线性化。			