

## Ghizlane Kasmi - ATER

### Thématiques de recherche

La consommation culturelle  
Les sous-cultures de consommation  
La gestion de la marque

#### Contactez Ghizlane Kasmi

ghizlane.kasmi2@lecnam.net  
[https://www.researchgate.net/profile/Ghizlane\\_Kasmi](https://www.researchgate.net/profile/Ghizlane_Kasmi)

### Parcours de Marie-Catherine Paquier

Ghizlane Kasmi est en dernière année de thèse en Marketing à l'IAE de Paris- Paris 1 Panthéon Sorbonne sous la direction de Géraldine Michel et de Valérie Zeitoun. Sa thèse porte sur l'intégration de marque dans la sous-culture de rap et son impact sur l'univers des marques. Elle a travaillé pendant plus de 3 ans en tant que chargée d'études quantitatives au sein du Groupe Nielsen ce qui lui a permis de gérer des problématiques marketing inhérentes à différents secteurs d'activité. Elle est aujourd'hui ATER au Cnam et membre du Lirsa. Elle travaille sur les thématiques de la consommation culturelle, des sous-cultures de consommations, et de la gestion de la marque.

[Revenir à la liste des membres](#)



Consulter son [CV complet](#)

<https://lirsa.cnam.fr/le-laboratoire/membres/ghizlane-kasmi-ater-1230948.kjsp?RH=1337076011992>