

Ghizlane KASMI

ghizlane.kasmi2@lecnam.net

**Attachée temporaire d'Enseignement
Et de Recherche du Cnam**



FORMATION

- 2018/ 2021 **IAE de Paris / Paris 1 Panthéon Sorbonne - Soutenance en Juillet 2021.**
- Doctorante en Sciences de Gestion, spécialité Marketing
 - Sujet de thèse : « L'impact de l'utilisation de marque dans la sous-culture du rap sur les marques, et ses dynamiques d'influence »
 - Directrice de thèse : Géraldine Michel (IAE de Paris), et Valérie Zeitoun (IAE de Paris)
 - Ecole doctorale de la Sorbonne.
- 2018 / 2019 **IAE de Paris / Paris 1 Panthéon Sorbonne**
- Master 2 Recherche Études et Théories des Organisations.
 - Mémoire de recherche : « Les pratiques d'intégrations de marques dans les contenus artistiques de rap »
- 2014 / 2015 **Scott College of Business, Indiana State University (Indiana, États Unis)**
- Equivalent Master 2 option Marketing
 - Concentration en Études de marché
- 2010 / 2014 **Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Settat**
- Master 1 Sciences de Gestion option Marketing et actions commerciales
 - Bachelor en management

ARTICLES ET PROJETS DE RECHERCHE EN COURS

« Y m'faut mon soleil, mes tartines et mon nutella » : Comment l'utilisation des marques dans le rap génère un jeu d'influence réciproque entre marques et rappeurs »

- Co-auteurs : Géraldine Michel IAE de Paris- Paris 1 Panthéon Sorbonne), Valérie Zeitoun (IAE de Paris- Paris 1 Panthéon Sorbonne)
- Article soumis à la conférence Association Française du Marketing (AFM) 2021.

« *Exploring brand status within the rap subculture: a mutual influence on brands and rappers* »

- Co-auteurs : Géraldine Michel (IAE de Paris- Paris 1 Panthéon Sorbonne), Valérie Zeitoun (IAE de Paris- Paris 1 Panthéon Sorbonne)
 - Article soumis à la conférence European Marketing Academy (EMAC) 2021.
- Colloque doctoral de l'association française du marketing (AFM), le 12 et 13 Octobre 2020.

EXPÉRIENCES ACADÉMIQUES

Depuis Septembre 2020

Conservatoire National des Art et Métiers de Paris
Attachée temporaire d'Enseignement et de Recherche

- Enseignante cours New Consumer behavior niveau M2 dispensé en anglais
- Enseignante cours E-commerce and Logistics niveau M2 dispensé en anglais
- Enseignante cours Comportement du consommateur niveau M2
- Enseignante cours Marketing stratégique M2
- Enseignante cours Communication niveau M1

Septembre 2019 - Août 2020

AEI- Université Paris Est Créteil
Attachée temporaire d'Enseignement et de Recherche :

- Membre du jury de soutenance de projet de recherche M2 "Artificial Intelligence for a better world".
- Encadrement de Mémoires de fin d'études M2
- Enseignante cours Études Marketing niveau M2.
- Enseignante cours Measuring Business Performance niveau M1 dispensé en anglais.
- Enseignante cours Management de l'innovation niveau M1.
- Enseignante cours Marketing fondamental niveau L3.
- Chargée de TD cours Consumer behavior niveau L3 dispensé en anglais.

Septembre 2018 - août 2019

AEI- Université Paris Est Créteil
Enseignante vacataire

- Enseignante cours Management de l'innovation niveau L3 (22 heures).
- Cours Consumer behavior niveau L3 (48 heures) dispensé en anglais

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

Juin - août 2018

NIELSEN

Chargée d'études quantitatives Senior : Département Consumer Insights,

Mars 2015 - Juin 2018

NIELSEN

Chargée d'études quantitatives : Département Consumer Insights,

Exemples d'études menées : Veille tarifaire, Market sizing, Shopper trends, Etude d'usage et d'attitude, Churn analysis, Test de produit...

- Pilotage de projets de recherche dans différents pays : gestion et supervision de l'ensemble des axes de travail depuis le commissionnement du projet jusqu'à sa livraison.
- Prise en charge des premiers tests de produits menés par Nielsen sur la région Maghreb pour le compte de *the Coca Cola Company*.
- Gestion de la mise en place d'une plateforme réactive permettant au client de suivre en temps réel l'évolution des prix de facturation de la concurrence dans le cadre d'une veille tarifaire.
- Amélioration des processus d'échange entre les clients internes opérant dans différents départements et pays pour optimiser les délais de livraison.
- Suggestions d'améliorations au niveau du processus de calcul des coûts dans le but de gagner en rapidité et efficacité lors de l'envoi des propositions d'études.
- Organisation de meet-up virtuels à thème entre les chargés d'études, les responsables terrain et les programmeurs collaborant en télétravail afin de créer des synergies entre les équipes.

Janvier 2014 - Mai 2015

IPSOS

Chargée d'études Marketing : Département INNOQUEST,

- Soutenance du mémoire de recherche : « Quelles études pour quelle phase du processus d'innovation des produits de grande consommation ? ».
- Développement d'un tableau référentiel d'études et de tests pour chacune des phases de développement d'un nouveau produit, dans le but de mieux orienter les clients et de gagner du temps lors de la préparation des propositions.
- Facilitation des démarchages et des prises de contact avec des clients anglophones dans le cadre de lancements d'innovation

dans le secteur de l'agroalimentaire.

- Développement de questionnaires et rédaction des rapports d'évaluation organoleptique.

Avril 2014 - Juillet 2014

BASF

Chargé de Business Development :

- Conduite d'une étude documentaire d'estimation des besoins du marché ayant permis de respecter le budget du département en évitant de recourir à l'achat de données secondaire.

LANGUES

Anglais : Courant **Français**: Langue Maternelle **Arabe**: Langue Maternelle **Espagnol** : Oral

OUTILS D'ANALYSE DES DONNEES

SPSS (Macro Process)

SQL

NVivo

SmartPLS

Python