Email :
ali.ghasemi-baghabrishami@univ-lorraine.fr

Alma mater :
Université de La Rochelle, Université François Rabelais (IAE de Tours)

Sujet(s) de recherche :
Marketing du luxe
Communication sur les réseaux sociaux
Perception des consommateurs

Ali **GHASEMI-BAGHABRISHAMI**

Doctorant
Université de Lorraine /
MARKETING

Ali GHASEMI-BAGHABRISHAMI est titulaire d'un master recherche en Sciences de Gestion obtenu à l'Université François Rabelais de Tours ainsi que d'un master pro en Management et Commerce International à l'Université de La Rochelle. Dans la continuité de son expérience professionnelle en marketing du luxe, il s'est engagé en 2018 dans un doctorat auprès du laboratoire CEREFIGE afin de poursuivre une future carrière d'enseignant-chercheur. Il travaille actuellement sur les stratégies de communication des marques de luxe sur les médias sociaux, sous la direction de Dr Hélène YILDIZ, MCF HDR et Pr Nathalie FLECK.

Fonctions

@CEREFIGE – Doctorant

Publications académiques

6 documents

Communications dans un congrès5 document

- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. Social proximity in reshaping perceived rarity of luxury brands in communicated messages on social vs. classic media: an exploratory study. *5th Monaco Symposium on Luxury*, Apr 2023, Monaco, Monaco.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. An exploratory study on how social media communication of luxury brands influence consumers' perception depending on the source. *European Marketing Academy (EMAC)*, May 2021, Madrid, Spain.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. Luxury on thin ice with social media: understanding consumers' perception from online vs offline communication. *Congrès International de l'AFM*, May 2021, Angers, France.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck, Hélène Yildiz. Du prestige au 'masstige' : comment la distance psychologique influence la fidélité et la désirabilité des marques de luxe en ligne. *Congrès International de l'AFM*, May 2020, Biarritz, France.
- Ali Ghasemi Baghabrishami, Hélène Yildiz, Nathalie Fleck-Dousteyssier. La communication des marques de luxe sur les médias sociaux. *5ème Journée du Marketing du Grand Est*, Mar 2019, Strasbourg, France.

Poster de conférence1 document

- Ali Ghasemi Baghabrishami, Nathalie Fleck-Dousteyssier, Hélène Yildiz. Closely distant: how luxury brand-consumer engagement on social media influences consumer perception and loyalty. *European Marketing Academy EMAC Conference*, May 2020, Budapest, Hungary.

Documents récupérés de l’archive ouverte HAL