Email :
parisa.siasi@univ-lorraine.fr

Alma mater :
Université de Téhéran, Université de Lorraine

Sujet(s) de recherche :
Marketing digital
Les réseaux sociaux
Comportement des consommateurs

Parisa **SIASI**

Doctorante
Université de Lorraine /
MARKETING

Titulaire d'un premier Master en Gestion opérationnelle parcours Marketing et gestion des exportations (Université de Téhéran-IRAN) et d'un second Master en Management parcours Métiers du Conseil et de la Recherche (Université de Lorraine, 2022), Parisa SIASI est actuellement doctorante contractuelle en 1ère année en sciences de gestion. Elle est rattachée au laboratoire Centre Européen de Recherche en Economie Financière et Gestion des Entreprises (CEREFIGE). Son sujet de thèse traite les activités des consommateurs sur les médias sociaux liées à la marque, les gratifications tirées de ces interactions entre les consommateurs et la marque, et les résultats ultérieurs pour la marque. Ses activités sont soutenues par l'Axe Scientifique Prioritaire « Communication Persuasive des Organisations » (et par la chaire soutenant ledit axe) du CEREFIGE.

Fonctions

@CEREFIGE- Doctorante

Publications académiques

2 documents

Communications dans un congrès2 document

- Parisa Siasi, Jean-Luc Herrmann, Mathieu Kacha. Consumers' Online Brand-Related Activities (COBRAs) On Social Media: Consumer Gratifications and Brand Consequences.. *2024 Academy of Marketing Science Annual Conference (10th AMS Doctoral Consortium)*, May 2024, Coral Gables, Florida, United States.
- Parisa Siasi, Jean-Luc Herrmann, Mathieu Kacha. Les activités en ligne des consommateurs liées à la marque sur les réseaux sociaux : gratifications des consommateurs et conséquences pour les marques. *10ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est (JRMGE)*, Mar 2024, Strasbourg, France.

Documents récupérés de l'archive ouverte HAL