

STUDIERENDEN-ENDBERICHT 2012/2013

Gastuniversität: Utah State University

Aufenthaltsdauer: von 20.08.2012 bis 15.12.2012

(Aufenthaltsdauer inkl. Urlaub: 24.07.2012 bis 09.02.2013)

Studienrichtung: Wirtschaftswissenschaften

BITTE GLIEDERN SIE DEN BERICHT IN FOLGENDE PUNKTE:

1. Stadt, Land und Leute

Die Utah State University befindet sich im Cache County, in einem überschaubaren Ort Namens Logan. Mit einer Einwohnerzahl von ca. 50.000 zählt Logan zu den mittelgroßen Städten der Umgebung. Da die meisten Einwohner dem Glauben der Mormonen angehören, passten einige österreichische Gewohnheiten nicht zu deren Lebensstil. Doch die Anpassung fiel mir nicht allzu schwer, da wir am Wochenende oft herumreisten und so auch andere Bevölkerungsgruppen kennenlernten. Obwohl die USA das Sinnbild der Freiheit und Unabhängigkeit vermittelt und liberal ist, ist es ebenso auch sehr konservativ. Dies liegt wohl an der Größe der USA, denn die Lebenseinstellung ist in den Landesteilen sehr unterschiedlich.

2. Soziale Integration

Da die meisten Studenten, die sich für ein Auslandssemester entscheiden, sehr offen gegenüber ihrer Umwelt sind, erweist sich die soziale Integration kaum als schwierig. Ich lernte viele Leute aus verschiedensten Nationen kennen, wobei ich im Uni-Alltag nie mit Deutschen oder Österreichern Kontakt hatte. Dies brachte mir viele sprachliche Vorteile.

3. Unterkunft

Durch die Unterstützung der Gastuni fand ich ein nettes zuhause bei einer Brasilianisch-Amerikanischen Familie, wo ich ein Zimmer mietete. Das Leben in einer Wohngemeinschaft war eine ganz neue Erfahrung für mich, wobei es auch Diplomatie erforderte.

4. Kosten

Die Kosten für ein Auslandssemester sind sehr hoch. Vor allem wenn man keine Studien- und Kinderbeihilfe mehr bezieht.

5. Sonstiges (Visum, Versicherung, etc.)

Hier ist anzumerken, dass es einiges an Geduld, Arbeit und Zeit erfordert alle bürokratischen Erfordernisse zu erledigen. Doch schlussendlich zahlt es sich auf jeden Fall aus.

6. Beschreibung der Gastuniversität

Die Utah State ist eine große Uni mit allen erdenklichen infrastrukturellen Einrichtungen: Friseur, Health Center, Post, Bank, Polizei,.... Der Campus ist sehr schön angelegt und die Gebäude sind überwiegend sehr modern. Die technische Ausstattung der Lehrräume ist hervorragend und mit einer österreichischen Uni nicht vergleichbar.

7. Anmelde- und Einschreibformalitäten

Im Vorfeld stand ich mit der Uni in email Kontakt, um die Formalitäten zu klären. Leider gestaltete sich dies nicht immer als so einfach. Jedoch konnte alles Nötige auch vor Ort geklärt werden und ich konnte mich noch für meine gewünschten Kurse eintragen. Wobei mich hier mein Studienbetreuer an der Gastuni sehr unterstützt hat.

8. Studienjahreinteilung

Bei der Einteilung des Studienjahres gibt es Abweichungen zu Österreich. Das Wintersemester beginnt schon im August und endet im Dezember. Manche Kurse erstrecken sich über das ganze Semester, wobei es auch Kurse gibt die im Oktober schon enden und welche die im Oktober neu starten.

9. Einführungswoche bzw. -veranstaltungen

Die Orientierungsveranstaltung bietet eine wichtige Möglichkeit um einen Überblick der Uni zu erhalten. Es wurden die wichtigsten Einrichtungen, Clubs und Ansprechpersonen vorgestellt. Um sich auf dem riesigen Campus nicht zu verlaufen, gab es eine 2-stündige Führung durch die wichtigsten Gebäude. Freiwillig konnte man auch eine Connection class besuchen. Diese wird für Freshmen empfohlen, die direkt von der High School kommen. Auch ich habe diese class besucht, um den Ablauf auf einer Amerikanischen Uni näher kennenzulernen. Inhalte sind: Kurssystem online, Studiensystem – Studienwechsel, Ämter der Uni, Vortrag über Ernährung, Finanzen,.... Der Kurs wird von einem Uniprofessor und seinem Assistenten gehalten, wobei der Assistent über die gesamte Studienzeit als Ansprechpartner zur Verfügung steht.

10. Kursangebot und besuchte Kurse (kurze Beschreibung und evtl. Bewertung)

Das Kursangebot ist hervorragend und nicht vergleichbar mit der JKU. Ich habe 7 Kurse belegt, und den Marketing Schwerpunkt abgeschlossen.

Connection Class: Beschreibung siehe oben

Fundamentals of Marketing: Grundlagen Marketing, Marketing Math, Analyse von 3 Unternehmen in Bezug auf Promotion, Marketing Mix, Produktpalette,... diverse Gruppenarbeiten

Dieser Kurs hat mehr als einen Überblick über Marketing geboten. Die einzelnen Bereiche wurden sehr detailliert behandelt.

Strategic Sales Management: Verkaufstraining nach Griffin Hill, dieser Kurs basierte hauptsächlich auf dem Training sprachlicher und taktischer Verkaufsfähigkeiten, inklusive Videoaufzeichnungen und Analyse

Speziell dieser Kurs hat viel von mir abverlangt, da es nicht einfach war dieses Konzept auf Englisch zu lernen und sprachlich umzusetzen.

Buyer Behavior: Lehre des Konsumentenverhaltens, psychologische und verhaltensbasierende Konzepte

Die Inhalte dieses Kurses waren sehr umfangreich.

Brand Management: Product Branding, rechtliche Grundsätze, Produktpreisung, mit praktischen Auszügen aus Artikeln bekannter Fachleute

Dieser Kurs basierte auch auf der Erarbeitung der Studenten und Diskussionsrunden über Branding.

Marketing Audit: vergleichbar mit unseren Strategiekursen; Projekt-/ Gruppenarbeit über das gesamte Semester, inklusive Branchen- und Unternehmensanalyse
Am Beginn des Kurses wurden auch immer aktuelle globale Marketingthemen besprochen.

International Management: vergleichbar mit Personal- und Unternehmensführung in Bezug auf Global Management, Basisliteratur ist Adler, Hofstede

Bewertung: alle Kurse waren hervorragend!

11. Credits-Verteilung bezogen auf Kurse, „study workload“ pro Semester

<u>Connection Class:</u>	Credits: 2, workload angemessen
<u>Fundamentals of Marketing:</u>	Credits: 3, workload angemessen
<u>Strategic Sales Management:</u>	Credits: 2, workload erhöht
<u>Buyer Behavior:</u>	Credits: 2, workload erhöht
<u>Brand Management:</u>	Credits: 2, workload angemessen
<u>Marketing Audit:</u>	Credits: 3, workload angemessen
<u>International Management:</u>	Credits: 2, workload angemessen

12. Benotungssystem

Die Notenskala reicht von A – F, wobei eine zu erreichende Gesamtpunktezahl angegeben wird und davon der Prozentsatz berechnet wird, den der Student erreicht hat. Bsp.:

Required:

5 Quizzes @ 40pts 200pts
2 Exams @ 100pts 200pts
5 In-class Activities @ 20pts 100pts
Marketing Journal 100pts

Grade Ranges:

A = 93-100% B = 83-86.9% C = 73-76.9% D = 63-66.9%
A- = 90-92.9% B- = 80-82.9% C- = 70-72.9% D- = 60-62.9%
B+ = 87-89.9% C+ = 77-79.9% D+ = 67-69.9% F = below 60%

13. Akademische Beratung/Betreuung

Die Akademische Betreuung ist ausgezeichnet. Sowohl Assistenten und Professoren stehen jederzeit für Fragen oder ein persönliches Gespräch zur Verfügung.

14. Resümee

Ein Auslandssemester ist auf jeden Fall für jeden Studenten empfehlenswert. Trotz der für mich hohen Kosten, würde ich sofort noch einmal diese Erfahrung machen wollen. Da Amerikanische Universitäten sehr hohe Studiengebühren verlangen, haben sie auch die notwendigen Ressourcen um den Studenten einen ausgezeichneten Service zu bieten.

4. Kosten

Ausgaben im Rahmen des Auslandsaufenthaltes (in €):

Monatliche Gesamtausgabe (inkl. Quartier):	€ 1.600
davon Unterbringung:	€ 450
davon Verpflegung:	€ 300
davon Fahrtkosten am Studienort:	€ 10
davon Kosten für Bücher, Kopien, etc.:	€ 60
davon erforderliche Auslandsranken- /Unfallversicherung:	€ 80 pro Monat
davon Sonstiges: Reisekosten allg. monatl. Kosten für Wohnung in Österreich	€ 400 pro Monat € 300

Nicht monatlich anfallende Kosten:

Impfungen, med. Vorsorge:	€ 200
Visum:	€ 350
Reisekosten für einmalige An- u. Abreise:	€ 1.600
Einschreibengebühr(en): ISEP	€ 2.700
TOEFL Test:	€ 250
Orientierungsprogramm:	€ 30
Sonstiges Erwähnenswertes:	
- _____	€
- _____	€
- _____	€
- _____	€

8. Studienjahreinteilung

Orientierung:	20.08. – 24.08.2012
Vorbereitender Sprachkurs:	
Beginn/Ende LV-Zeit 1. Semester/Term:	27.08. – 18.08.2012
Beginn/Ende LV-Zeit 2. Semester/Term:	18.08. – 15.12.2012
Beginn/Ende LV-Zeit 3. Term:	
Von obigen Daten abweichende Prüfungszeiten:	10.12. – 15.12.2012
Ferien:	19.08., 21.11 – 23.11

