

Praxissemester in Thailand

Im Rahmen des Studiums WirtschaftsNetze (eBusiness) an der Fakultät Wirtschaftsinformatik der Hochschule Furtwangen ist im 5. Semester ein Praxissemester zu absolvieren. Dieses Praxissemester kann bei Firmen im In- oder Ausland geleistet werden. Im nachfolgenden Artikel berichten die Studentinnen Nina Breitenkamp und Karin Meissner von ihren Erfahrungen während ihres Praxissemesters in Thailand:



Nina Breitenkamp und Karin Meissner

„Wir machen unser Praxissemester im Ausland“, nachdem wir diesen Entschluss einmal gefasst hatten sind wir am 3. März 2008 in das große Abenteuer gestartet. Wir, Nina Breitenkamp und Karin Meissner, studieren gemeinsam an der Hochschule Furtwangen Wirtschaftsnetze (eBusiness) und absolvieren bis zum 1. August 2008 unser Praxissemester bei der CP All Public Company Limited in Bangkok, Thailand.



Meeting bei 7-Catalog

Die CP Group ist mit drei Hauptgeschäftsfeldern, Agrar- & Lebensmittelindustrie, Telekommunikation & Multimedia und Marketing & Vertrieb die größte Firma in Thailand. Wir arbeiten hier für Seven Eleven, das ist ein Einzelhandelsunternehmen und gehört zu der CP Group. Pro Tag eröffnet Seven Eleven in Thailand 1,4 neue Läden und stellt damit das am schnellsten expandierende Unternehmen Thailands.

Unser Arbeitsplatz gehört zum International Business Liaison Department. Diese Abteilung baut neue Netzwerkkontakte zu internationalen Großunternehmen auf und pflegt bestehende Kontakte. Es gibt verschiedene Abteilungen für die Bereiche China, Japan, Vietnam, Neuseeland, Australien und Europa.



Workshop

Unsere Aufgabe ist die Erstellung einer Marktanalyse über thailändische Kaufhäuser. Dafür fahren wir zu verschiedenen Kaufhäusern und machen uns ein Bild vor Ort. Im Rahmen der Beobachtungen vor Ort versuchen wir zu klären, welches die Hauptkunden sind, wo die Stärken und wo die Schwächen der einzelnen Objekte liegen.



Market Survey

Die gesammelten Ergebnisse stellen wir dem Managementteam vor. Des Weiteren suchen wir Verbesserungsvorschläge für die IT Entwicklung der Firma und unterstützen die Überarbeitung des Marketingkonzepts der eigenen Universität (Paniyapiwat Institute of Technology).

Anfang Juni 2008 wurde für uns ein Trip nach Chiang Mai, im Norden Thailands (9 Stunden von Bangkok entfernt), organisiert. Dort konnten wir unsere Marktanalyse ausweiten, indem wir die Unterschiede verschiedener Regionen und weitere Eindrücke der thailändischen Kultur in die Analyse mit einbezogen haben. Eines der wichtigsten Erkenntnisse für uns war, dass sich die räumliche Entfernung in der Unterschiedlichkeit von Produkten und Kunden widerspiegelt, am augenfälligsten wird dies hinsichtlich der Lebensweise der Menschen, dem Essen und den vielen Tempeln.



Im Tempel

In unserer Freizeit hatten wir Gelegenheit mehrere kulturelle Highlights, unter anderem den bekanntesten Tempel Doi Suthep, ein Kulturmuseum und die alte Hauptstadt Sukhothai zu besichtigen.



In Sukhothai