

Beurteilungskriterien für Präsentationen (1/2)

Für Präsentationen am IMU-Marketing liegen folgende Beurteilungskriterien zu Grunde:

1. Struktur / Inhalt

- Roter Faden / Überleitungen
- Übersichtliche Gliederung (Darstellung des Vortrages)
- Fokus auf das Relevante (richtige Schwerpunkte setzen)
- Argumentationsfähigkeit (Verständnis der Thematik)
- Zeitmanagement
- Abschluss der Präsentation

2. Kommunikation

- Freies Reden
- Verständlichkeit (Sprache und Akustik)
- Gestaltung der Folien (Verhältnis Text / Bild)
- Kreativität
- Interaktivität / Augenkontakt
- Einsatz von Medien (Vorbereitung und Probelauf)
- Motivierender Vortragsstil
- Erscheinungsbild



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Wirtschafts- und Sozial-
wissenschaftliche
Fakultät

Institut für Marketing und
Unternehmensführung

Abteilung Marketing

Beurteilungskriterien für Präsentationen (2/2)

3. Diskussion / Beantwortung von Fragen

- Überleitung zur Diskussion
- Kompetenz der Antworten
- Argumentationsfähigkeit
- Diskussionsleitung (Zeitmanagement)
- Motivation und Vorbereitung