

Beschluss des Akkreditierungsrates

Antrag: 02. Programmakkreditierung - Begutachtung im Bündel
Studiengang: Medien- & Kommunikationspsychologie, M.Sc.
Hochschule: ISM International School of Management GmbH
Standort: Dortmund
Datum: 29.11.2021
Akkreditierungsfrist: 01.03.2022 - 28.02.2030

1. Entscheidung

Der oben genannte Studiengang wird ohne Auflagen akkreditiert.

Der Akkreditierungsrat stellt auf Grundlage des Prüfberichts der Agentur (Ziffer 1 des Akkreditierungsberichts) sowie der Antragsunterlagen der Hochschule fest, dass die formalen Kriterien erfüllt sind.

Der Akkreditierungsrat stellt auf Grundlage des Gutachtens des Gutachtergremiums (Ziffer 2 des Akkreditierungsberichts) sowie der Antragsunterlagen der Hochschule fest, dass die fachlich-inhaltlichen Kriterien erfüllt sind.

2. Auflagen

[Keine Auflagen]

3. Begründung

Die im Akkreditierungsbericht enthaltene Bewertung des Studiengangs auf Grundlage der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien ist nachvollziehbar, vollständig und gut begründet. Die aus der Bewertung resultierenden Entscheidungsvorschläge der Agentur und des Gutachtergremiums sind gleichfalls plausibel, so dass der Akkreditierungsrat keinen Grund für eine abweichende Entscheidung sieht.

Der Akkreditierungsrat verbindet diese Entscheidung mit den folgenden Hinweisen:

- Die ISM klassifiziert den Studiengang als „eher forschungsorientiert“, was gemäß der Bewertung zu § 4 StudakVO primär damit begründet wird, dass „den Studierenden umfassend psychologische Forschungs- und Auswertungsmethoden vermittelt werden und darüber hinaus in den einzelnen Modulen auf aktuelle Forschungsarbeiten vertiefend eingegangen wird.“ Der Akkreditierungsrat erachtet diese Begründung als nur bedingt nachvollziehbar, zumal es gemäß dem Kurzprofil das erklärte Ziel des Studiengangs ist, „dazu zu befähigen, medien- und kommunikationspsychologische Erkenntnisse in konkreten *Praxisfeldern* [...] anwenden zu können“ (Hervorh. AR). Auch geht aus dem Akkreditierungsbericht (S. 49) hervor, dass im

fachlichen Bereich dieses Studiengangs kein ISM-Forschungsinstitut besteht. Der Akkreditierungsrat bittet deshalb darum, die Profilverordnung hochschulseitig nochmals kritisch dahingehend zu hinterfragen, ob das Profil „anwendungsorientiert“ oder der Verzicht auf eine Profilverordnung der tatsächlichen Ausrichtung des Studiengangs besser gerecht werden könnte.

- Der Akkreditierungsrat erachtet das von der ISM vorgelegte Studiengangskonzept im Grundsatz als nachvollziehbar. Dass sich der Studiengang primär an eine nichtpsychologisch vorgebildete Zielgruppe richtet, ist aus Sicht des Akkreditierungsrats legitim, sieht doch § 11 Abs. 3 StudakVO neben „vertiefenden“ und „verbreiternden“ explizit auch „fachlich andere“ konsekutive Masterstudiengänge vor. Der Akkreditierungsrat bewertet es zudem positiv, dass die ISM die Verortung des Programms innerhalb der Fachdisziplin Psychologie beispielsweise in Anlage 16 zum Selbstevaluationsberichts anhand einer Reflexion der DGPs Qualitätskriterien realistisch beschreibt. In diesem Zusammenhang gibt der Akkreditierungsrat allerdings zu bedenken, dass zumindest die Programmbezeichnung „Medien- und Kommunikationspsychologie“ die tatsächliche Ausrichtung des Studiengangs noch nicht optimal beschreibt und isoliert betrachtet unter Umständen falsche Erwartungen wecken könnte. Die Hochschule sollte deshalb eine Änderung des Studiengangsnamens in Erwägung ziehen. „Kommunikations- und Medienpsychologie für Betriebswirte“ könnte beispielsweise eine sinnvolle Alternative sein.

