

# Yüksek Öğrenim Enstitüleri İçin Marka Kimliği Ölçeği

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Yüksek Öğrenim Enstitüleri İçin Marka Kimliği Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=33468>

## Özet

Yüksek Ö?renim Enstitüleri ?çin Marka Kimli?i Ölçe?i (YÖKMKÖ), yüksekö?retim kurumlar?n?n marka kimli?i alg?s?n? ölçmek amacıyla Türkçe diline uyarlanm?? psikometrik bir ölçme aracıdır. Zeki Yüksekbilgili tarafından 2017 y?l?nda gerçekleştirilen bu uyarlama çalışması, ölçe?in Türk kültür ve dil yap?s?na uygunlu?unu test ederek güvenilirlik ve geçerlilik değerlerini sağlam??tır.

Ölçek, toplamda 33 maddeden ve 2 temel boyuttan oluşmaktadır. Yapılan analizler sonucunda ölçe?in Türk araştırmacılar tarafından güvenilir ve geçerli bir biçimde kullanılabilmesi kanıtlanmıştır. Derecelendirme formatı olarak 5'li Likert tipi kullanılmaktadır.

## Anahtar Kelimeler

Marka Kimli?i, Yüksek Ö?renim Enstitüleri, Ölçek Uyarlama, Psikometri, Güvenirlik, Geçerlilik.

## Yazarlar

Zeki Yüksekbilgili

## Amaç

Ölçe?in temel amacı, yüksekö?retim kurumlarında öğrenci, akademisyen veya ilgili paydaşlar tarafından algılanan kurumsal marka kimli?i unsurlar?n? sistematik ve nicel bir şekilde ölçmektir. Bu uyarlama çalışması, orijinal ölçe?in kavramsal yap?s?n? koruyarak, Türk yüksekö?retim bağlamında uygulanabilir ve yorumlanabilir olması?n? sağlamaya hedeflemiştir.

Ölçek, eğitim kurumlar?n?n pazarlama, iletişim ve stratejik yönetim süreçlerinde kendi kimliklerini nasıl yansıttıkları?n? ve bu yansımanın hedef kitle tarafından nasıl algılandığını? belirlemek için kritik bir araç sunmaktadır.

## Yapı

Yüksek Ö?renim Enstitüleri ?çin Marka Kimli?i Ölçe?i (YÖKMKÖ), yüksekö?retim kurumlar?n?n karmaşık marka kimli?i alg?s?n? ölçen çok boyutlu bir yapıyı temsil eder. Ölçek, 33 madde ile iki farklı temel boyutu ölçmektedir.

Marka kimli?i, bir kurumun kendisini nasıl tanımladığını? ve diğer dünyaya nasıl sunduğu ile ilgilidir. Bu iki boyut, genellikle kurumsal kimli?in içsel (değerler, kültür, misyon) ve dışsal (görsel unsurlar, iletişim stratejileri, reklamlar) bileşenlerini kapsamaktadır.

## Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çalşmaları, psikometrik standartlara uygun olarak detaylı bir şekilde yürütülmüştür. Ölçeğin yapı geçerli, hem keşfedici hem de doğrulayıcı yöntemlerle test edilmiştir.

Geçerlik analizleri sonucunda, 33 maddelik ve 2 boyutlu yapının orijinal ölçek yapısıyla tutarlı olduğu ve Türk örneğinde kabul edilebilir düzeyde iyi uyum sağladığı görülmüştür. Bu durum, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı teorik yapıyı başarıyla temsil ettiğini göstermektedir.

## Güvenirlilik

Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirliği, yaygın kullanılan bir yöntem olan Cronbach Alpha katsayısı hesaplanarak incelenmiştir.

Yapılan analizlerde, ölçeğin genel Cronbach Alpha değeri 0,93 olarak belirlenmiştir. Bu değer, sosyal bilimlerde mükemmel düzeyde yüksek bir iç tutarlılığı işaret etmektedir ve ölçeğin maddelerinin aynı yapıyı güvenilir bir şekilde ölçtüğünü kanıtlamaktadır.

## Faktör Analizi

Ölçme aracının yapısal geçerliğini belirlemek amacıyla iki amaçlı faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. İlk olarak, ölçeğin faktör yapısını keşfetmek için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) kullanılmıştır.

AFA sonuçlarından sonra, bu yapının teorik modelle uyumunu test etmek için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. DFA, 33 madde ve 2 boyuttan oluşan modelin Türk verisi üzerinde yeterli düzeyde uyum indekslerine sahip olduğunu göstermiştir. Bu analizler, ölçeğin nihai formunun oluşturulmasında temel teşkil etmiştir.

## Ölçme Aracı

**Test Türü:** Uyarlama (Adaptation)

**Format:** 5'li Likert Tipi Ölçek (1= kesinlikle katılmıyorum - 5= kesinlikle katılıyorum)

**Maddeler:** 33 madde, 2 boyutlu yapı.

**Mevcut Diller:** Türkçe

**Hedef Popülasyon Grubu:** Yüksek Öğrenim Enstitüleri ile ilgili paydaşlar (Öğrenci, Akademisyen, İdari Personel vb.)

**Yaş Grubu:** Yetişkin

**Popülasyon Detayları:** Yüksek öğrenim kurumlarında yer alan bireyler.

**Test Metodolojisi:** Öz Bildirim Ölçeği

## Anahtar Kelimeler

Eğitim Yönetimi, Kurumsal İletişim, Pazarlama, Yüksek Öğrenim, Ölçek Geliştirme, DFA.

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tanımları:** Bilgi mevcut değildir.

**İletişim E-posta Adresi:** [yuksekbilgili@gmail.com](mailto:yuksekbilgili@gmail.com)

**Yazışma Adresi:** Zeki Yüksekbilgili

## Şinler, Ücret ve Test Yaşı

**Şinler ve Kullanım Hakkı:** Ölçeğin kullanım şartları için sorumlu yazar (Zeki Yüksekbilgili) ile iletişime geçilmesi önerilmektedir.

**Ücret:** Bilgi mevcut değildir.

**Test Yaşı:** Uyarılma ve geçerlilik çalışması 2017 yılında yayınlanmıştır.

Orijinal PDF dokümanı aşağıdaki bağlantıdan indirilebilir:  
[yuksekkogrenim-enstituleri-icin-marka-kimligi-olgegi-toad.pdf](http://yuksekkogrenim-enstituleri-icin-marka-kimligi-olgegi-toad.pdf)

## Kaynaklar

Yüksekbilgili, Z. (2017). Yüksek Öğrenim Enstitüleri İçin Marka Kimliği Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlik ve geçerlilik çalışması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 169-176. doi: 10.29106/fesa.348306

## Yüksek Öğrenim Enstitüleri İçin Marka Kimliği Ölçeği Maddeleri

**ÖNEMLİ:** Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmuştur ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

YÖKMKÖ'de 2 farklı boyutu ölçmek için toplam 33 soru bulunmaktadır.

Ba?l? bulundu?um enstitü, taraf?ndan yap?lan reklamlar e?itim kurumunun odak noktas?n? yans?t?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM