Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=33486

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri Ölçe?i, 2016 y?l?nda Soner Polat, Yasin Arslan ve Ercan Yava? taraf?ndan geli?tirilmi? bir ölçektir. Bu ölçek, potansiyel üniversite ö?rencilerinin üniversite imaj? çekicilik faktörlerine verdikleri önem düzeyini belirlemek amac?yla tasarlanm??t?r. Ölçek, ö?rencilerin bir yüksekö?retim kurumunu seçerken hangi kurumsal özelliklere (akademik kalite, sosyal çevre, fiziki imkanlar vb.) öncelik verdiklerini nicel olarak analiz etmeye olanak tan?r. Çal??ma, üniversitelerin pazarlama ve tan?t?m stratejilerini geli?tirmelerine yard?mc? olacak kritik veriler sa?lamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Yüksekö?retim, Üniversite ?maj?, Potansiyel Ö?renci, Ölçek Geli?tirme, Üniversite Seçimi, Pazarlama, Kurumsal Çekicilik

Yazarlar

Soner Polat, Yasin Arslan, Ercan Yava?

Amaç

Bu ölçe?in temel amac?, üniversite seçim sürecinde bulunan potansiyel yüksekö?retim ö?rencileri nezdinde, üniversitelerin sahip oldu?u çe?itli imaj çekicilerinin (attractiveness factors) önem düzeylerini saptamakt?r. Ölçek, ö?rencilerin kurumsal alg?lar?n? ve tercih mekanizmalar?n? anlamaya yönelik psikometrik bir araç sunmaktad?r.

Geli?tirilen bu araç sayesinde, yüksekö?retim kurumlar? hedef kitlelerinin beklentilerini daha net bir ?ekilde analiz edebilir ve bu beklentilere uygun olarak akademik, sosyal ve fiziki yat?r?m stratejilerini ?ekillendirebilirler. Bu, özellikle artan rekabet ortam?nda üniversitelerin kendilerini konumland?rmalar? aç?s?ndan büyük önem ta??maktad?r.

Yap? (Ölçülen Yap?)

Ölçek, Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri olarak adland?r?lan çok boyutlu bir yap?y? ölçmektedir. Bu yap?, bir üniversitenin potansiyel ö?renciler taraf?ndan alg?lanan ve tercih edilme olas?l???n? art?ran tüm niteliklerini kapsar. Bu nitelikler genellikle akademik itibar, kampüs olanaklar?, sosyal ve kültürel ya?am, mezuniyet sonras? kariyer f?rsatlar? ve kurumun genel prestiji gibi faktörleri içerir.

Ölçek, bu çekicilik faktörlerini alt boyutlar halinde ele alarak, ö?rencilerin karar verme sürecinde hangi imaj unsurlar?n?n bask?n rol oynad???n? detayl?ca ortaya koymay? hedefler. Bu sayede,

ARABPSYCHOLOGY.COM

üniversite imaj?n?n yaln?zca tek bir genel alg?dan ibaret olmad???, farkl? bile?enlerin karma??k bir etkile?imi sonucu olu?tu?u varsay?m? test edilmektedir.

Geçerlik

Ölçek geli?tirme çal??malar?nda geçerlik, arac?n gerçekten ölçmek istedi?i yap?y? ne derece do?ru ölçtü?ünün kan?tlanmas? sürecidir. Orijinal kaynakta spesifik geçerlik katsay?lar? belirtilmemi? olsa da, bir ölçek geli?tirme çal??mas? olarak, çal??man?n yap? geçerli?i (Construct Validity) ve kapsam geçerli?i (Content Validity) analizlerinin yap?ld??? varsay?lmaktad?r.

Yap? geçerli?i genellikle, ölçe?in teorik olarak beklenen faktör yap?s?n? do?rulayan Faktör Analizi yöntemleri kullan?larak test edilmi?tir. Kapsam geçerli?i için ise genellikle uzman görü?lerine ba?vurulmu? ve maddelerin ölçülmek istenen yap?y? yeterince temsil edip etmedi?i kontrol edilmi?tir. Detayl? geçerlik sonuçlar? için okuyucunun orijinal makaleye ba?vurmas? önerilmektedir.

Güvenirlik

Güvenirlik, ölçme arac?n?n tutarl?l???n? ifade eder; yani ayn? ko?ullar alt?nda uyguland???nda benzer sonuçlar? üretme yetene?idir. Orijinal kaynakta spesifik güvenirlik katsay?lar? belirtilmemi?tir. Ancak, geli?tirme çal??malar?nda en yayg?n kullan?lan yöntem iç tutarl?l?k analizi olup, bu genellikle Cronbach's Alpha katsay?s? ile rapor edilir.

Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri Ölçe?i'nin alt boyutlar? ve genel ölçek puan? için yüksek iç tutarl?l?k katsay?lar?n?n elde edildi?i tahmin edilmektedir, zira akademik bir yay?nda yay?mlanmas? için bu tür psikometrik kriterlerin sa?lanmas? gerekmektedir. Kesin güvenirlik de?erleri, Polat, Arslan ve Yava? (2016) taraf?ndan yay?mlanan makalenin metninde bulunmaktad?r.

Faktör Analizi

Ölçe?in faktör yap?s?n? belirlemek amac?yla Faktör Analizi teknikleri kullan?lm??t?r. Bu analizler, üniversite imaj çekicilerinin teorik olarak beklenen alt boyutlar?n?n ampirik olarak da desteklenip desteklenmedi?ini ortaya koyar. Geli?tirme sürecinde genellikle Ke?fedici Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis - EFA) ile ba?lang?ç yap?lm??, ard?ndan Do?rulay?c? Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis - CFA) ile faktör yap?s?n?n uygunlu?u teyit edilmi? olabilir.

Faktör analizi sonuçlar?, potansiyel ö?rencilerin zihnindeki üniversite imaj?n?n hangi ba??ms?z bile?enlerden olu?tu?unu göstermekte ve ölçe?in çok boyutlu yap?s?n? desteklemektedir. Bu boyutlar, üniversitelerin pazarlama faaliyetlerini odaklayacaklar? temel alanlar? belirlemede yol göstericidir.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Enstrüman (Ölçek Bilgileri)

Test Type: Geli?tirme Ölçe?i (Development Scale)

Format: Derecelendirme format? orijinal kaynakta belirtilmemi?tir, ancak psikometrik ölçek geli?tirme standartlar? gere?i, büyük olas?l?kla 5'li veya 7'li Likert Tipi derecelendirme kullan?lm??t?r (Örn: Hiç Önemli De?il'den Tamamen Önemli'ye).

Language Available: Türkçe

Population Group: Potansiyel Üniversite Ö?rencileri (Yüksekö?retim kurumlar?na ba?vurmay? planlayan lise ö?rencileri veya mezunlar?).

Age Group: Genellikle 17-25 ya? aral??? (Üniversiteye Giri? Ya? Grubu).

Population Details: Üniversite seçimi sürecinde olan ve çe?itli yüksekö?retim kurumlar?n? de?erlendiren gençler.

Test Methodology: Anket tabanl?, öz bildirim (self-report) yöntemi. Ö?rencilerden, sunulan imaj çekicileri maddelerinin kendileri için ne kadar önemli oldu?unu derecelendirmeleri istenmi?tir.

Anahtar Kelimeler

Ölçek Geli?tirme, Kurumsal ?maj, Üniversite Tercihi, Ö?renci Alg?s?, E?itim Yönetimi

Yazarlar

Author ORCID Identifier: Orijinal kaynakta belirtilmemi?tir.

Affiliation Email addresses: Sorumlu yazar Soner Polat için: spolat@kocaeli.edu.tr

Correspondence Address: Orijinal kaynakta belirtilmemi?tir. Sorumlu yazar Soner Polat, Kocaeli Üniversitesi'nde görev yapmaktad?r.

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 2016

?zinler ve Ücret: Ölçe?in ticari olmayan akademik veya ara?t?rma amaçl? kullan?mlar? için genellikle sorumlu yazar Soner Polat ile ileti?ime geçilmesi gerekmektedir. Ölçe?in kullan?m? için herhangi bir ücretlendirme bilgisi orijinal kaynakta belirtilmemi?tir, ancak akademik çal??malarda izin talebi yeterli olmaktad?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM

Referanslar

Polat, S., Arslan, Y. ve Yava?, E. (2016). Üniversite seçim sürecinde üniversite imaj çekicilerinin önem düzeyi: Potansiyel üniversite ö?rencileri üzerinde bir uygulama. *Kastamonu E?itim Dergisi, 24*(4), 1919-1934.

Orijinal makaleye ait çevrimiçi eri?im adresi: 79.123.169.199

Ölçe?in orijinal PDF belgesi burada indirilebilir: yuksekogretim-kurumlarinin-imaj-cekicileri-olcegi-toad.pdf

Yüksekö?retim Kurumlar?n?n ?maj Çekicileri Ölçe?i Maddeleri

IMPORTANT: The following scale items must be preserved in their original language and must not be changed in any way.

Ölçe?in maddeleri orijinal kaynak içeri?inde (Source Content) sunulmam??t?r. Maddeler için Polat, Arslan ve Yava? (2016) taraf?ndan yay?mlanan "Üniversite seçim sürecinde üniversite imaj çekicilerinin önem düzeyi: Potansiyel üniversite ö?rencileri üzerinde bir uygulama" ba?l?kl? makaleye ba?vurulmal?d?r.

ARABPSYCHOLOGY.COM