İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE SEÇİMİNDE ÖĞRENCİ ALGILARI VE TÜRK ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice ERCAN

Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı

Endüstri Mühendisliği Programı

HAZİRAN 2011

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE SEÇİMİNDE ÖĞRENCİ ALGILARI VE TÜRK ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice ERCAN
(507081115)

Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı

Endüstri Mühendisliği Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Sezi ÇEVİK ONAR

HAZİRAN 2011

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 507081115 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi **Hatice ERCAN**, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı **"ÜNİVERSİTE SEÇİMİNDE ÖĞRENCİ ALGILARI VE TÜRK ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRILMASI"** başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı :	**Yrd. Doç. Dr. Sezi ÇEVİK ONAR** İstanbul Teknik Üniversitesi	.....
Jüri Üyeleri :	**Yrd. Doç. Dr. Sezi ÇEVİK ONAR** İstanbul Teknik Üniversitesi	.....
	Prof. Dr. Nahit SERASLAN İstanbul Teknik Üniversitesi	.....
	Doç. Dr. Hür Bersam BOLAT İstanbul Teknik Üniversitesi	.....

Teslim Tarihi : **06 Mayıs 2011**
Savunma Tarihi : **08 Haziran 2011**

Annem, babam ve eşime,

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanmasında anlayışlarına bir kez daha hayran kaldığım değerli tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Sezi Çevik Onar ve saygıdeğer hocam Prof. Dr. Seçkin Polat'a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tezin her aşamasında yanımda olan eşim, annem ve babama da teşekkürlerimi iletiyorum.

Mayıs 2011

Hatice ERCAN

(Endüstri Mühendisi)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ ..... **vii**
İÇİNDEKİLER ..... **ix**
ÇİZELGE LİSTESİ ..... **xiii**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **xv**
ÖZET ..... **xvii**
SUMMARY ..... **xix**
1. GİRİŞ **1**
2. HİZMET KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ **3**
2.1 Hizmet Nedir? 3
2.2 Hizmetin Özellikleri 4
2.2.1 Soyutluk 4
2.2.2 Değişkenlik 4
2.2.3 Ayrılmazlık 4
2.2.4 Dayanıksızlık 5
2.3 Eğitimde Hizmet Yaklaşımı 5
2.3.1 Eğitimin soyutluğu 5
2.3.2 Eğitimin değişkenliği 5
2.3.3 Eğitimin ayrılmazlığı 5
2.3.4 Eğitimin dayanıksızlığı 5
3. KONUMLANDIRMA **7**
3.1 Bakış Açıları ve Tanımlar 7
3.2 Konumlandırmanın İlişkilendirilmesi 8
3.2.1 Konumlandırma ve rekabetçi üstünlük 8
3.2.2 Konumlandırma ve pazarlama bileşimi 8
3.2.3 Konumlandırma, pazar bölümlendirmesi ve hedef pazar 8
3.2.4 Konumlandırma, misyon, pazar planı ve pazar stratejisi 8
3.2.5 Konumlandırma, imaj ve şöhret 9
3.3 Konumlandırma Stratejileri 9
3.3.1 Niteliğe göre konumlandırma 11
3.3.2 Fiyat/kalite'ye göre konumlandırma 11
3.3.3 Kullanıma göre konumlandırma 12
3.3.4 Kullanıcıya göre konumlandırma 12
3.3.5 Ürün kategorisine göre konumlandırma 12
3.3.6 Rekabetçi konumlandırma 12
3.4 Yüksek Öğrenim Kurumlarında Pazarlama ve Konumlandırma 13
3.5 Konumlandırma Çalışmalarında Kullanılan Yöntem ve Yaklaşımlar 15
3.5.1 Uygunluk analizi 15
3.5.2 Analitik hiyerarşi süreci (AHS) 18
3.5.3 Konjoint analizi 19
3.5.4 Uyarlamalı konjoint analizi 20

3.5.5 Faktör analizi 21
3.5.6 Regresyon analizi 22
4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ 23
4.1 Araştırmanın Amacı 23
4.2 Araştırmanın Kapsamı 23
4.3 Araştırmanın Örneklemi 23
4.4 Araştırmanın Literatür Taraması 23
4.5 Araştırmanın Odak Grubu 25
5. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ 27
5.1 Anket ile Verilerin Toplanması 27
5.2 Verilerin SPSS ve Excel Programına Girilmesi 27
5.3 Demografik Veriler, SPSS Program Çıktıları ve Algısal Harita 28
5.3.1 Aday ve mevcut öğrenci algısı ile program çıktıları ve algısal harita 28
5.3.2 Mezun öğrenci algısı ile program çıktıları ve algısal harita 50
5.3.3 Aday ve mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin algılarının karşılaştırılması 67
5.4 Gelecek Çalışmalar için Öneriler 82
6. SONUÇLAR 83
KAYNAKLAR 85
EKLER 95
ÖZGEÇMİŞ 187

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri
UK : Birleşik Krallık
BİL : Bilkent Üniversitesi
BOÜ : Boğaziçi Üniversitesi
İTÜ : İstanbul Teknik Üniversitesi
ODTÜ : Orta Doğu Teknik Üniversitesi
YTÜ : Yıldız Teknik Üniversitesi
SPSS : Statistical Package for the Social Sciences
EM : Endüstri Mühendisliği

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 4.1 : Literatür ile odak grup karşılaştırması 24
Çizelge 5.1 : Aday ve mevcut öğrenciler için uygunluk tablosu 34
Çizelge 5.2 : Aday ve mevcut öğrenciler için satır profilleri 36
Çizelge 5.3 : Aday ve mevcut öğrenciler için sütun profilleri 37
Çizelge 5.4 : Aday ve mevcut öğrenci için özet tablo 39
Çizelge 5.5 : Aday ve mevcut öğrenci için satır noktalarına genel bakış 40
Çizelge 5.6 : Aday ve mevcut öğrenciler için sütun noktalarına genel bakış 42
Çizelge 5.7 : Algısal haritadaki numaralandırmalara karşılık gelen kriterler 44
Çizelge 5.8 : Aday ve mevcut öğrenciler için ki-kare uzaklık tablosu 46
Çizelge 5.9 : Mezunlar için uygunluk tablosu 52
Çizelge 5.10 : Mezunlar için satır profilleri 54
Çizelge 5.11 : Mezunlar için sütun profilleri 55
Çizelge 5.12 : Mezunlar için özet tablo 57
Çizelge 5.13 : Mezunlar için satır noktalarına genel bakış 57
Çizelge 5.14 : Mezunların sütun profillerine genel bakış 60
Çizelge 5.15 : Mezunlar için ki-kare uzaklık tablosu 62
Çizelge 5.16 : Algısal haritadaki numaralandırmalara karşılık gelen kriterler 64
Çizelge A.1 : Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları 96
Çizelge A.2 : Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler 108
Çizelge A.3 : İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar 138
Çizelge C.1 : Uygunluk analizindeki numaralandırmalar 186

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 4.1 : Literatür ile odak grubu karşılaştırma grafiği 25
Şekil 5.1 : Mevcut-aday öğrenci oranları 28
Şekil 5.2 : Aday öğrencilerin cinsiyet oranları 29
Şekil 5.3 : Mevcut öğrencilerin cinsiyet oranları 29
Şekil 5.4 : Aday ve mevcut öğrencilerin cinsiyet oranları 30
Şekil 5.5 : Aday öğrencilerin ikamet durumu 30
Şekil 5.6 : Mevcut öğrencilerin ikamet durumu 31
Şekil 5.7 : Mevcut öğrencilerin endüstri mühendisliğinde okuma durumu 32
Şekil 5.8 : Aday öğrencilerin sınıf dağılımları 32
Şekil 5.9 : Mevcut öğrencilerin sınıf dağılımları 33
Şekil 5.10 : Aday ve mevcut öğrenci için algısal harita 44
Şekil 5.11 : Mezun öğrencilerin cinsiyet oranları 50
Şekil 5.12 : Mezun öğrencilerin ikamet durumu 51
Şekil 5.13 : Mezunlar için algısal harita 64
Şekil 5.14 : Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin cinsiyet karşılaştırılması 67
Şekil 5.15 : Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin ikametlerinin karşılaştırılması 68

ÜNİVERSİTE SEÇİMİNDE ÖĞRENCİ ALGILARI VE TÜRK ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRILMASI

ÖZET

Dünyanın gelişmesi ile birlikte tüm pazarlar gelişmektedir. Pazarların gelişmesi kurumların pazarlamaya önem vermesini gerektirmektedir. Bu pazarlar ürün ve hizmet pazarı olarak ayrılır ve hizmet pazarının da en önemli örneklerinden biri eğitim pazarıdır.

Eğitimde pazarlama; artan üniversite sayıları, eğitime gün geçtikçe ihtiyaç ve talebin artması ile önem kazanmaktadır. Bu çalışmada öncelikle hizmet kavramlarından bahsedilecek daha sonra eğitimin ne yönden bir hizmet olduğu detaylı bir şekilde açıklanacaktır.

Daha sonra izah edilecek olan konumlandırma müşterilerin algısıdır. Bu yüzden hem öğrencilerin hayatında önemli bir karar verme süreci olan üniversite ve bölüm seçimi hem de eğitimdeki müşterinin kim olduğu konumlandırma algısı için önemlidir. Bu karar verme sürecini etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörler detaylı bir literatür taramasından faydalanarak toparlanmış ve yine literatürden yararlanarak üniversite için en uygun müşterinin kim olduğu araştırılmıştır. Ayrıca üniversite ve bölüm tercihini etkileyen faktörler endüstri mühendisliğinde okuyan öğrenciler ile oluşturulmuş olan odak grup ile de belirlenmiştir.

Literatür araştırması ve odak grup çalışması sonunda anket oluşturulmuş ve bu anket çalışmasıyla hem aday ve mevcut öğrenci algılarının hem de mezun öğrenci algılarının endüstri mühendisliği alanında nasıl olduğu belirlenmek istenmiştir. Aday ve mevcut öğrencilerin endüstri mühendisliği ile algılarını içeren örneklem 563 kişiden oluşurken, mezun öğrenciler 54 kişiden oluşmaktadır. Çalışmada esas konumlandırılmak istenen bölüm endüstri mühendisliği olduğu için mezun örnekleminin tamamı endüstri mühendisliğinden mezun olan öğrencilerden seçilmiştir. Aday ve mevcut öğrenci örnekleminde ise ya endüstri mühendisliğinde okuyan, ya da okumak isteyen öğrencilerden oluşmasına özen gösterilmiştir. İki örneklemden de toplanan algısal veriler uygun istatistik testlerinden geçirilerek uygunluk durumları analiz edilmiştir. Bunun için SPSS istatistik programı kullanılmıştır.

Öğrencilerin tercih faktörlerinin literatür ile belirlenmesinin yanında Türkiye'nin belirli üniversitelerinden olan Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi ile ilgili algılarını ölçüp algısal haritalama ile konumlarına bakılmıştır.

Öğrencilerin karar verirken kullandıkları kriterlere göre üniversiteleri tercih ettikleri ve bazı üniversitelerin bazı özellikler yönüyle tercih edildiği çalışmalar neticesinde anlaşılmıştır. Bu çalışma, bu durumu göz önünde bulundurarak hem üniversitelerin kriterlere göre durumunu hem de üniversitelerin birbirleri ile durumunu

konumlandırmayı amaç edinmiştir. Algısal haritalama veya konumlandırma için yaygın olarak kullanılan bir analiz olan uygunluk analizi kullanılmıştır.

Mevcut, aday ve mezun öğrencilerin SPSS'ten elde edilen tabloları ve algısal haritaları yorumlanmıştır. Mevcut ve aday öğrencilerin algıları ayrı değerlendirilirken, mezunların algıları ayrı bir örneklem olarak alınmıştır. Son aşamada ise mevcut ve aday öğrenciler ile mezun olan öğrencilerin algılarında oluşan değerler, haritalar karşılaştırılarak yorumlamalar yapılmıştır.

STUDENT PERCEPTIONS OF UNIVERSITY SELECTION AND POSITIONING OF TURKISH UNIVERSITY

SUMMARY

All markets are growing up while the world is developing. Markets' growing up requires institutions to give importance to marketing. These markets divide into product market and service market, and the most important example of the service market is education market.

First of all, this study explain that what service is and what service features are; because of the importance of concept of service. After that why education is described as a service is expressed with features of service.

Marketing in education is gaining importance with the increase of the number of universities and the increase of necessity and the demand of education day by day. University and program selection is an important decision process in students' lives and there are many factors that influence these. Due to these two reasons, marketing and decision process is important for university and program selections.

These days numerous new universities together with undergraduate programs are opened, which is increasing the competition between the universities and their undergraduate programs. For this reason, it is required for the universities to specify their positioning and to guide this perceptional map when necessary in order to be understood better.

In our country not only the demand and the need for education is increasing but also new universities are founded and new programs are being opened in these universities. The industrial engineering programs in our country show a similar development too. The choice of university and department is an important process and stressful decision in students' lives and there are various factors affecting this decision. The availability of numerous universities and departments increases the complexity of this decision process even further.

Students should be well acquainted with universities and should make the right decision in university selection process. Hence students need to know the caracteristics and proterties of universities. At the same time, many factors affect the university selection of students. Furthermore, positioning is important to realize the relationship between universities and the factors. Therefore, concept of positioning should be known. After explaining in detail the positioning, methods used in positioning which are correspondence analysis, analytic hierarchy process, conjoint analysis, factor analysis, regression analysis are described.

Otherwise, to identify the factors that the students take into consideration while choosing industrial engineering departments and to put forward the differences of industrial engineering programs will be beneficial both for the prospective students who will make this decision and for the industrial engineering programs that will be newly opened or will change their statues.

Therefore, in this study it is aimed to identify the factors that students take into consideration while choosing the industrial engineering departments and the perceptional map of the specific industrial engineering programes in Turkey from the perspectives of students who study at industrial engineering programs and who are at the stage of university entrance. Furthermore, the perceptional map composed of the perceptions of students graduated from industrial engineering programs and their university positioning are identified too.

These factors are gathered together with the help of a detailed literature research and with the help of literature again, who the most appropriate customer for the university is searched. Also the factors that influence university and program selection is determined with the focus group.With the result of these researches, there has been a study about the present students' and the candidates' and graduates' perceptions with the help of a survey.

Academic institutes should have a distinctive image in order to be able to take a competitive part in the market, which starts with knowing what the university's strenghts are and what they can do the best. Furthermore, positioning is defined as the perception in the minds of prospective customers and positioning is related more to the minds of prospective customers than the product.

According to the literatute review it has been found out that there are a number of factors determining the perceptional positioning of the university programs. These factors are cited in the survey on the basis of how much they have been cited in the literature. With the help of the survey, the industrial engineering programs at 5 universities in Turkey and the mind positioning of the dream universities are researched in this study. These universities are Bilkent University, Boğaziçi University, İstanbul Technical University, Middle East Technical University and Yıldız Technical University.

By giving the survey to 563 students who are already studying at industrial engineering programs or are at the stage of university entrance and 54 students who graduated from industrial engineering programs, they were asked to indicate whether the industrial engineering departments of the above mentioned 5 universities and an ideal university have the related factors or not.

The positioning has been done with the data gathered from the survey. One of the techniques used in positioining is correspondence analysis. Therefore, in this study correspondence analysis has been used in the positioning of industrial engineering programs. Also the data's reliance and appropriateness conditions that are gathered together with the students' perceptions are analyzed with the appropriate statistics tests. SPSS statistical program is used for this.

Correspondence analysis is a method that makes it possible to interpret the categorical data, facilitates to interpret the similarities, differences, and relationships between the variables of columns and rows in cross tables and shows their changes together in a less dimensional space in a graphical way. It aims at stating the similarities and differences between the categories of categoric or categorized continuous variables in the distances kind, and demonstrating the similarities between the subcategories of variables in the cross tables in a graphical way with a less number of dimensions by finding which subcategories are more similar than the others.

The tables of the present students and the candidates and graduates which is from SPSS and perceptional maps are explained. The present and candidate students are seperated from graduate students, because these are different from the others. The present and candidate students include 563 students, and graduate students include 54 people.

It has been found in the studies that students choose universities according to the criteria they use when they decide and some universities are prefered for some of their features. Taking this into consideration, this study aim at positioning the statues of universities acording to both the criteria and to each other. The tables and the perceptional maps of the current prospective and graduate students gained in SPSS were interpreted. While the perceptions of current and prospective students are evaluated seperately, the perceptions of the graduates are considered as a seperate instance.

Another point to be acknowledged about the study is the sizing of the perceptional map. At this point by taking it into consideration that interpreting the map becomes harder with the increase number of dimension, two-dimensional analysis has been used since 76-78 % of the values can be explained for both of the instances (prospective and curent students and graduate students), which is enough. The naming of the dimensions can be done after determining the dimensions. At this stage criteria (factors) are named by considering their status according to the dimensions. This situation also makes it possible to understand with which aspects the universities which are close to that dimension come forward according to the dimensions.

The tables and the perceptional maps of the current prospective and graduate students gained in SPSS were interpreted. In addition, chi-square distance tables for both current and prospective students and graduates are created in Microsoft Excel. These tables play an important role in understanding perceptions of the samples.

While the perceptions of current and prospective students are evaluated seperately, the perceptions of the graduates are considered as a seperate instance. At the last stage, the values consisted with the perceptions of current and prospective students together with the graduate students are interpreted by comparing the maps. As a result of comparison of maps shows that criteria which determine universities are similir to both two sample.

As a generalization for both two samples, the students perceive Bilkent University with the criterion of foreign language, Bogazici University with criterion of advice and influence of family, Istanbul Technical University with criterion of well-established industrial engineering, Middle East Technical University with criterion of reputation in industrial engineering and Yildiz Technical University with criterion of city. On the other hand, there are diffirences in students' perceptions of each sample. However, it is said that fair grading is important in the perceptions of the ideal university in each sampling.

Finally this may be said that the study has some constraints and deficiencies, because of the difficulty of collection of data. This difficulty is to prevent that the survey is large enough and the sample of graduate students is not objective, because most of the sample is graduated from Istanbul Technical University. It is the deficiency of study. So perceptional map of graduated students is subjective and future study may expand the sample with students who are mostly graduated from other universities.

Thus, more accurate results can be obtained. This is part of the study which should be developed.

1.GİRİŞ

Her konuda rekabetin gittikçe arttığı günümüzde eğitim kurumları da bu rekabetten kaçamamaktadır. Yüksek öğrenime olan talebin artmasıyla yüksek öğrenim kurumlarına olan ihtiyaç da artmıştır (Yamamoto, 2006). Bu ihtiyacın doğurduğu boşluğu doldurmak için açılan kurumlarla beraber rekabet oldukça artmıştır. Kaliteli öğrenim kurumları en başarılı öğrencileri kendilerine çekebilmek ve kurum başarısını ve itibarını arttırabilmek amacıyla çeşitli uygulamalara gitmektedir. Bu arttırmayı amaçlayan çalışmaların başında pazarlama yöntemlerinden biri olan konumlandırma bulunmaktadır.

Bir hizmet olarak yükseköğretimin pazarlanması ilk etapta dokunulmaz bir alan olarak kalmıştır. Akademisyenler, üniversitelerin bir ürün olarak ele alınıp pazarlanması fikrine çok da sıcak bakmamışlardır. Üniversite seçiminde öğrencinin bir tüketici gibi davranabildiği ABD, Kanada, İngiltere gibi ülkelerde dahi, üniversitenin belli bir strateji doğrultusunda konumlandırılması, pazarlama karmasının oluşturulması, tüketici pazarlarının bölümlenmesi gibi temel pazarlama faaliyetleri geçmişte hep ticari olma kaygısı taşımıştır (Başer, 2008). Ancak günümüzde, dünya genelinde bakıldığında, yüksek öğretim kurumlarının sayısının artmasıyla beraber, özellikle de vakıf veya özel üniversite sayılarının artması ile, büyük bir rekabet başlamış ve üniversiteler pazarlama faaliyetleri konusunda stratejiler geliştirmeye girişmişlerdir.

Bu çalışma üniversiteleri tercih ederken ne tür özelliklerin daha etkili olduğunu ve üniversitelerin pazarda nasıl konumlandıklarını içerir. Çalışmada konumlandırma yapılırken genel olarak öğrencilerin tercihleri ve algıları göz önünde bulundurulacaktır. Göz önüne alınan algılar hem literatürde yapılan araştırmalar sonunda üzerinde en çok durulan, hem de mevcut üniversite öğrencileri ile oluşturulan odak gurup algılardan oluşmaktadır.

Algıların oluşturulmasından sonra uygunluk analizine göre hazırlanmış bir anket aday ve mevcut üniversite öğrencilerine yapılmış ve ardından veriler

değerlendirilmiştir. Aynı anket mezun olan öğrenciler için de uygulanmıştır. Bu anket Türkiye'nin sayılı üniversitelerinin karşılaştırılmasını ve onların konumlarının öğrenci ve mezun gözüyle belirlenmesini sağlamaya yardımcı olan bir çalışmadır.

Verilerin öncelikle güvenirlilik durumu incelenmiş, daha sonra algısal haritalaması çıkarılmıştır.

İkinci bölümde üniversite pazarının bir hizmet pazarı olduğu düşünülerek hizmet kavramı ve hizmet özelliklerine kısaca değinilerek eğitim ile ilişkisi kurulacak, üçüncü bölümde konumlandırma kavramı ve konumlandırmada kullanılan yöntemler anlatılacaktır.

Dördüncü bölümde araştırmanın amacını, kapsamını, metodolojisini içerecektir. Bu bölümde araştırma yapılırken elde edilen literatürün özet çizelgesi ile hangi kriterlerin kullanıldığı görülecek ve odak gurup sonuçları yer alacaktır. Çalışma beşinci bölümünde ise SPSS program çıktılarının yorumlanması yapılacak, algısal harita oluşturulup yorumlanacaktır. Bu yorumlamalar hem aday-mevcut öğrenci için hem de mezun olan öğrenciler için ayrı ayrı yapılıp, daha sonra da bu iki örneklemen kıyaslanması da yapılacaktır. Gelecek çalışmalar için yapılabilecek önerilerden bahsedilerek sonlandırılacaktır.

2. HİZMET KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Teknolojideki büyük gelişmeler ve özellikle bilginin üretilmesi, çoğaltılması, paylaşılması ve iletilmesi yönünde 20. yüzyılda yaşanan teknolojik devrim, "Yeni Ekonomi" denilen bir dönemin habercisi olmuş, imalat ve hizmet sektörleri de bundan payını almıştır. Küreselleşmenin, başka bir deyişle evrensel bütünleşme idealinin ekonomik ayağını oluşturan yeni ekonomi düzeni, bilgiyi ve bilginin ürünü yeni teknolojileri kullanmakta ve bu yeni teknolojiler ekonominin her alanında verimi artırmaktadır. 1990'ların sonundan itibaren eski iş yapış modellerini değiştiren yeni ekonomi düzeninde, bilginin kendisi bir temel üretim faktörü olarak ortaya çıkmaktadır.

2.1 Hizmet Nedir?

Tüketiciler her gün yüzlerce hizmeti kullanmaktadırlar: TV seyrederken, telefonda konuşurken, mektup postalarken, saç kestirirken, kredi kartı kullanırken, kuru temizleme yaptırırken, benzin alırken ve ışığı açarken, hep bireysel olarak bir hizmet

alınmakta ve kullanılmaktadır. Hatta eğitim görülen kurumun kendisi başlı başına

karmaşık bir hizmet organizasyonudur. Verilen eğitim hizmetine ek olarak kütüphane, kantin, danışmanlık servisi, kitapçı, kariyer merkezi, fotokopi, telefon bağlantısı gibi pek çok hizmet günümüz üniversitelerinde verilmektedir. Üniversite büyük bir kampüse sahipse, yurt, revir, spor olanakları sinema ve hatta posta ofisi gibi diğer hizmetler de işin içine girmektedir.

Hizmetin ne olduğunu tanımlamak her zaman zor olmuştur. Hizmetle ilgili kullanılan çoğu girdi ve çıktı elle tutulmaz soyut kavramlar olduğu için tanımlama işi karmaşıklaşır. Bazı durumlarda hizmet elle tutulur somut bir malın yanında sunulan ekstra bir fayda olabildiği gibi bazen de ürün hizmetin ta kendisidir. Philip Kotler'a göre (Kotler, 2006) hizmet "bir grubun diğerine sunabileceği, özellikle soyut ve herhangi birşeyin mülkiyetini gerektirmeyen bir etkinlik ya da yarardır."

2.2 Hizmetin Özellikleri

Tüm ürünler, kendilerini alan müşterilere belli faydalar sağlar. Malları, fiziksel nesne ya da aletler olarak, hizmetleri de iş ve eylemler olarak tanımlamak mümkündür. Mal ve hizmetler üzerinde yapılan erken dönem çalışmalarda, mal ve hizmetler arasında

dört temel farklılık tanımlanmıştır: elle tutulmazlık - soyutluk (intangibility), sonucun değişkenliği (heterogeneity veya variability), dayanıksızlık (perishability) ve üretim ve tüketimin ayrılmazlığıdır (inseparability ya da simultaneity) (Donnely ve Diğerleri, 1985), (Cowell, 1989), (Arnott ve Easinwood, 1994), (Bateson, 1995). Yukarıda belirtilen ve hizmet pazarlaması literatüründe sıklıkla adı geçen bu dört ayırtedici özelliğe Berry'nin (1980) "Standart olmama" özelliği de eklenmiştir. Hizmetlerin standart olmama durumu, bütünsel bir bakış açısıyla, tüm bu özelliklerin bir sonucu olarak görülebilir.

2.2.1 Soyutluk

Hizmetleri fiziksel duyularla yargılanamaz. Elle tutulamaz, görülemez paketlenemez, taşınamaz ve fiziksel ürünler ya da nesnelerin boyutları anlamında ölçülemez. Hizmetler satın alınmadan önce niteliği ve değeri ölçülemez. Hizmet satın alacak olanlar bu belirsizliği azaltmak için hizmet kalitesi ile ilgili işaretler ararlar.

2.2.2 Değişkenlik

Bir hizmetin özü, kapasitesi, kapsamı ve değerlendirmesi değişebilir özellik taşımaktadır. Aynı isim altında sunulan hizmet bir hizmet sağlayıcıdan diğerine, bir

müşteriden diğerine ya da bir andan başka bir ana değişebilir. Hizmetin temel üretim şekli insan davranışıyla gerçekleşir. Bu nedenle aynı kişinin üretip sunduğu hizmetler bile farklılık gösterebilir. Bu o kişinin moral durumu, iş yükü, müşterisinin kişisel özellikleri gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Hizmetler birbirinden çok farklıdır. Aynı kişinin üretip pazarladığı hizmetler bile birbirinden farklıdır. Kısacası, hizmetlerin standartlaştırılmaları olanaksızdır.

2.2.3 Ayrılmazlık

Mamuller önce üretilip sonra satılarak tüketildiği halde, hizmetler genelde pazarlandıktan hatta satıldıktan sonra üretilerek müşteriye sunulurlar. Hizmetler hizmeti üreten kaynaklardan ayrılamazlar, dolayısıyla hizmetin sonucu, hizmet

üreticisinden bağımsız olarak görülemez. Yani genelde hizmet üreticisi ile pazarlayan aynı kişi olmaktadır.

2.2.4 Dayanıksızlık

Hizmetler mallar gibi fiziksel dayanıklılığa sahip değildirler. Saklanamazlar, geri kazanımları da mümkün değildir. Sunumu bir kez yapıldıktan sonra tüketilmiş demektir, ancak tekrarı olabilir.

2.3 Eğitimde Hizmet Yaklaşımı

2.3.1 Eğitimin soyutluğu

Eğitim hizmeti de tıpkı diğer hizmetler gibi elle tutulur gözle görülür bir hizmet değildir. Alınan eğitim öğrencinin bilgi dağarcığını artırarak onu önündeki hayata alıştırırken soyut bir olgu olan bilgi kaynağını kullanır. Bu da eğitimin soyutluğunu ifade eder.

2.3.2 Eğitimin değişkenliği

Eğitim genel anlamıyla öğretim elemanı ile öğrenci arasındaki iletişimle olduğu düşünülerek, öğrencinin psikolojisi, şartları vs. ile öğretim üyesinin psikolojisi, şartlarını içine alarak çeşitlilik gösterir. Haftada iki sınıfa giren bir öğretim elemanının aynı dersi, aynı ders notlarıyla bile olsa anlatışı değişecektir. Aynı şekilde hiçbir öğrenci eğitim hizmetinden aynı oranda yararlanmaz. Bir kısım öğrenciler dersi çok iyi anlarken bir kısmı hiç bir şey anlamayabilir. Bu da eğitimin değişkenlik özelliğini göstermektedir.

2.3.3 Eğitimin ayrılmazlığı

Eğitim hizmeti sunulurken öğrenci ile öğretim elemanı yüz yüzedir. Öğretim elemanı eğitim hizmetini verdiği sırada öğrenci bu hizmetten yararlanır, yani hizmet üretilirken tüketilir. Depolanamaz ve ayrılamaz. Bilgi alma işlemi hizmeti verme anında gerçekleştirildiğinden eğitimin ayrılmazlığı kanıtlanmış olur.

2.3.4 Eğitimin dayanıksızlığı

Eğitim verildiği anda sınıfta bulunmayan öğrenci bu eğitimden yararlanamaz. Dersin tekrarı olsa bile öğrenci; önceden de bahsedilen eğitimin değişkenliği özelliğinden

dolayı aynı eğitimi alamamış olacaktır. Bu eğitimin üretildiği anda tüketilen bir ürün olduğunu ve dayanıksızlığını gösterir.

3. KONUMLANDIRMA

3.1 Bakış Açıları ve Tanımlar

Literatürde konu ile ilgili konumlandırma, konum, ürün konumlandırması, market konumlandırması, vb. birden fazla terim ve birçok tanım olduğuna dair fikir birliği vardır. Örneğin, Ayer Reklamcılık Sözlüğü konumlandırmayı şu şekilde tanımlar: Ürün ya da servisi anlamlı bir şekilde rekabetten ayrı tutmak için geniş olan marketteki bir veya birden fazla bölümde uygunluğunu sağlamanın sanat ve bilimidir. Ries ve Trout, konumlandırmayı ilk olarak tanımlamaya çalışmadan önce müzakere etmişlerdir. Onlara göre konumlandırma terimi ürün ile alakalı değil, fakat potansiyel müşterinin zihniyle ilgilidir (Niculescu, 2006). Ries ve Trout'a göre üstünlüğü ele geçirmek için kritik nokta zihinsel konumu yaratan ilk şirket olmaktır, ürünü yapan ilk şirket değil. Örneğin, Sperry Rand bilgisayarı bulmuştur ama potansiyel müşterinin zihninde bilgisayar konumunu ilk IBM oluşturmuştur (Peterson, 2006). Ries ve Trout, konumlandırmayı "müşterinin aklının içinde bir pencere bulmaya yarayan organize bir sistem" olarak adlandırmıştır. Ayrıca, konumlandırmanın " iletişimin sadece doğru zamanda ve doğru şartlar altında meydana gelebileceği bir kavram üzerine kurulu" olduğunu söylemişlerdir (Gerke-Newman, 1998). Arnott, konumlandırmayı pazarlanabilir bir nesnenin tüketici algılarını izleme, tanımlama, ölçme ve değiştirmenin planlanmış, proaktif, tekrarlanan bir süreç olarak açıklamıştır. Bu açıklama konumlandırmanın, kavramsal, stratejik ve operasyonel düzeyde kararları ve algısal uzayın boyutlarını belirlemek, uzay sınırları içinden nesne koordinatlarını ölçmek ve iletişime yönelik tüketici algısını düzenlemek gibi birçok aktiviteyi içerdiği anlamına gelir (Niculescu, 2006). Konumlandırma, hedef marketin zihninde farklı bir yer edinebilmek için organizasyonun hizmetlerini ve imajını tasarlama davranışıdır (Harrison-Walker, 2009).

3.2 Konumlandırmanın İlişkilendirilmesi

3.2.1 Konumlandırma ve rekabetçi üstünlük

Rekabetçi üstünlük, bir firmanın eşsiz ya da özel olarak yaptığı bir şeyin ya da işlemin, o firmaya rakipleri karşısında avantaj sağlamasıdır. Kotler ve Andreasen, konumlandırma ve rekabetçi üstünlük arasındaki ilişkiyi tarif ederken konumlandırmanın, organizasyonları diğerlerinden farklı kılan ve hedef tüketiciyle iletişim üstünlüğü sağlayan rekabetçi üstünlük kavramının kurulmasını da içerdiğini belirtmiştir (Gerke-Newman, 1998).

3.2.2 Konumlandırma ve pazarlama bileşimi

Pazarlama birleşimi, bir firmanın hedef markette yakalamak istediği satışlara ulaşabilmek için kullandığı kontrol edilebilir pazarlama değişkenlerinin birleşimidir. Genelde ürün, özendirme, fiyat ve yer olarak sınıflandırılırlar. Konumlandırma ise, şirketin ürününü ya da pazarlama birleşimini tüketicinin zihninde istenilen yere yerleştirmek için yapılan çalışmalardır (Gerke-Newman, 1998).

3.2.3 Konumlandırma, pazar bölümlendirmesi ve hedef pazar

Pazar bölümlendirmesi, hizmet sunmak için genellikle çok büyük olan pazarı ortak özellikleri olan bölümlere ayırmaktır. Tüketicinin zihninde bir yer sahibi olabilmek için odak seçici olmak, konumlandırma stratejisinin temelidir. Tabi ki bu söylem bir firmanın birden fazla bölüme etkili bir şekilde faaliyet gösteremeyeceği anlamına gelmemekle beraber, böyle bir durumda her bir hizmet sunulacak bölüm için farklı bir konum ele geçirilebilir.

Organizasyonun seçtiği pazar bölümleri hedef pazar olarak adlandırılır. Konumlandırma, Pazar bölümleri arasından hedef pazarın seçilmesini etkiler. Firma ilk olarak hangi pazar bölümünde etkili bir şekilde faaliyet göstereceğini belirledikten sonra belirlenen hedef pazarların her biri için konumlandırma stratejisi geliştirilir (Gerke-Newman, 1998).

3.2.4 Konumlandırma, misyon, pazar planı ve pazar stratejisi

Organizasyonun misyonu onun var olma nedenidir ve uygulanabilir, motive edici ve farklı olması gerekir. Stratejik planlama ve pazarlama planlamasının birlikte uygulanması ile gerçekleştirilir. Konumlandırma, pazarlama stratejisinin

geliştirilmesine rehberlik yaptığı gibi misyonun farklı olmasında da rol oynar (Gerke-Newman, 1998). Aaker ve Shansby (1982), pazarlama stratejisinin geliştirilmesi için genellikle konumlandırma stratejisi kullanımının gerekli olduğunu, çünkü pazarlama stratejisinin tüm parçalarının pazar konumunu etkilediğini ve anlaşılır bir konumlandırma stratejisinin, pazarlama programı parçalarının birbirleriyle tutarlı ve destekleyici olmasını garanti altına aldığını belirtmiştirler.

3.2.5 Konumlandırma, imaj ve şöhret

Konumlandırma, imaj ve şöhret genellikle birbirlerinin yerine yanlış anlamda kullanılmaktadır. Bu kavramlar arasında bazı benzerlikler olmasına rağmen çok önemli farklılıklar da vardır.

Cornelissen and Thorpe, imaj kavramını bir kuruluş tarafından alınan sinyal veya sinyallere kişi tarafından verilen cevapların çıkarımı olan dolaysız anlamlar bütünü olarak tanımlamıştır. Daha basit olarak, tek bir zamanda, kişinin bir kuruluş hakkında inanç, düşünce, duygu ve izlenimlerinin etkileşiminin açık sonucu olarak açıklamıştır. Nam, öte yandan, kişinin kuruluş ile ilgili geçmiş tecrübeleri ya da iletişimi sonucunda oluşmuş geçmiş imajların toplamının temsili olarak belirtilmiştir (Harrison-Walker, 2009). İmajın tersine, konum değişiklik geçirebilir ve iyi yönetilirse zamanla daha güçlü hala gelebilir. Daha fazlası, konum imajdan referans çerçevesi belirtmesi bakımından ayrılır. Bu referans noktası genellikle yarışmadır (Aaker ve Shansby, 1982).

3.3 Konumlandırma Stratejileri

Bir şirketin veya markanın konumu müşterinin algı ve seçim kararlarında merkezilik teşkil edebildiği için, konumlandırma kararlarları genellikle kritik, stratejik öneme sahip kararlardır. Daha ötesi, pazarlama programının gelişimi için bir odak noktası olacak bir konumlandırma stratejisi kullanmak genellikle gereklidir. Çünkü, pazarlama programının bütün unsurları imkan dahilinde şirket veya markanın konumunu etkileyebilir. Net bir konumlandırma stratejisi pazarlama programının unsurlarının tutarlı ve destekleyici olmasını garanti altına alabilir (Aaker ve Shansby, 1982). Bu konuyla ilgili organizasyonların takip edebileceği birçok pazarlama stratejisi belirlenmiştir. Bunlardan en kapsamlısı, Ries ve Trout tarafından konumlandırma stratejilerini üç kategoriye örgütleyen şemadır. Bu kategoriler:

endüstri liderlerini konumlandırma, takipçileri konumlandırma, ve rekabeti yeniden konumlandırmadır. Lider organizasyonlar tüketicinin zihninde zaten ilk sırayı tuttukları için, buradaki konumlandırma görevi eldeki konumu savunmak ve devam ettirmektir. Ries ve Trout'un liderler için önerdikleri konumlandırma stratejilerinden bir tanesi, tüketicinin zihninde ürün çeşitinin değer ve kalitesini arttırmaktır. Bu öneri, Kotler ve Andreasen'in mevcut güçlerin üzerine inşa etme stratejisine ve Aaker ve Shansby'in bir teklifin yararları ve niteliklerine göre tüketicinin alma gücünün geliştirilmesine odaklanılması önerisine benzemektedir. Liderler için farklı bir konumlandırma stratejisi de organizasyona marketteki lider konumunu kazandıran orijinal kavramı takviye etmeye odaklanmaktır. Ries ve Trout'un takipçiler için önerdiği genel konumlandırma stratejisi, Aaker ve Shansby'in önerdiği hücre stratejisine benzemektedir. Daha belirgin bir biçimde, takipçiler Fransız pazarlama deyişi tarafından özetlenmiş "boşluk ara" stratejini benimsemelidirler. Tüketicinin zihninde boşluk ya da hücre bulmak için birisinin aktif bir şekilde tüketici marketi üzerinde çalışması gerekmektedir. Boşluklar; fiyatlandırma, kullanım ya da uygulama alternatifleri, alt grupların sınıflandırılması gibi birçok alanda olabilir ve doldurulabilir. Konumlandırma stratejilerinin üçüncü genel kategorisi rekabeti yeniden konumlandırmaktır. Bu kategori özellikle yüksek rekabetin yaşandığı ve tüketicinin market liderini algılayamadığı durumla karşı karşıya olan organizasyonlar ile ilgilidir. Bu durumda markette doldurulabilecek çok az boşluk olduğu için zihinlerde konumları ele geçirmiş olan rakipleri yeniden konumlandırarak şirket kendine bir boşluk yaratmalıdır (Gerke-Newman, 1998). Brown, Sounders ve Siyahi, müşterinin zihninde etkili bir konumlandırma için dört kural tasarlamıştır:

1. Seçilen konumlandırma stratejisi hedefteki tüketicinin algılarına dayalı olmalıdır.
2. Köklü bir rekabetçinin doğrudan karşısına çıkmak başarısızlığın planıdır.
3. Bir kuruluş iki farklı konumu aynı anda elinde tutamaz. Bu kural, Ries ve Trout'un "Hem tüm insanlara hitap eden her şey hem de güçlü olamazsın." gözlemine uyum göstermektedir (Gerke-Newman, 1998).
4. Seçilen konum gerçek olmak zorundadır (Peterson, 2006). Bu kural da, Ries ve Trout'un "Temel konumunu belirleyip ona bağlı kalmak için uzun dönemli bir bakış açısı ele almak önemlidir. Konumlandırma reklamcılığın uzun

dönemli doğasından avantaj sağlayan, eklenerek artan bir kavramdır." söylemiyle tutarlıdır (Gerke-Newman, 1998).

Aaker ve Shansby (1982) konumlandırma stratejisi için altı yaklaşım belirlemiştir:

1. Niteliğe göre konumlandırma
2. Fiyat/kalite'ye göre konumlandırma
3. Kullanıma göre konumlandırma
4. Kullanıcıya göre konumlandırma
5. Ürün kategorisine göre konumlandırma
6. Rekabetçi konumlandırma

3.3.1 Niteliğe göre konumlandırma

Ürünü bir nitelik, ürün özelliği ya da müşteri faydasıyla ilişkilendirip konumlandırma, en sık kullanılan konumlandırma stratejisidir. Yeni bir ürün rakiplerin göremediği bir nitelik ile ilişkilendirilerek konumlandırılabilir. Her ne kadar birden fazla niteliği bir ürüne atamak uygulamada zor olsa da, bazen de bir ürün aynı anda birden fazla nitelik ile ilişkilendirilerek konumlandırılmak istenebilir. Fakat sonuç, genellikle karmaşık bir imaj olabilir. New York, Troy'daki Rensselaer Teknik Üniversitesi teknolojik yaratıcılığın kendi okulunun eşsiz kılınmasındaki temel sebep olduğu kararına varmıştır. Chicago Columbia Üniversitesi kendisini "yarat...değiştir" konumlandırma sloganı ile sanatta inovasyon niteliği üzerine konumlandırmıştır (Harrison-Walker, 2009).

3.3.2 Fiyat/kalite'ye göre konumlandırma

Fiyat/kalite boyutu kullanışlı ve farklı ele alınabilme uygunluğundadır. Birçok ürün kategorisinde bazı markalar özellik, performans ya da servis açısından daha fazla şey sunar ve yüksek fiyat müşteriye sunulan yüksek kalitenin göstergesi olarak sunulsa da diğer taraftan, diğer markalar fiyat ve değer üzerinde vurgu yapmışlardır (Aaker ve Shansby, 2001). Akademi dünyasında, Michigan Üniversitesi genellikle "Orta Batı'nın Harward'ı" olarak adlandırılır. Üniversite, hem mühendislik hem de medikal okullar sıralamasında Amerika'da ilk ona giren iki üniversiteden biridir. Bunun yanında Amerikan devlet okulları arasında en yüksek öğrenim harcı alan okuldur (Harrison-Walker, 2009).

3.3.3 Kullanıma göre konumlandırma

Bu strateji genellikle market alanını genişletmek için tasarlanmış ikinci ya da üçüncü konumu temsil eder (Aaker ve Shansby, 2001). Akademik toplumda, Cornell kendisini ana branşı otel yöneticiliği olanların tercih ettiği üniversite olarak ayırt etmiştir (Harrison-Walker, 2009).

3.3.4 Kullanıcıya göre konumlandırma

Bu strateji, ürünü bir kullanıcı ya da kullanıcı sınıfıyla ilişkilendirerek konumlandırma stratejisidir. Hedef kitlesi üniversiteyi henüz bitirmemiş yetişkin öğrenciler olan Florida'nın St. Leo Üniversitesi kendisini hafta sonu üniversitesi olarak konumlandırmıştır. Heritage Üniversitesi Yakima Vadi'sinde yaşayan yerel Amerikanlar gibi eğitimsel açıdan izole edilmiş çok kültürlü toplumlar üzerine yoğunlaşmıştır (Harrison-Walker, 2009).

3.3.5 Ürün kategorisine göre konumlandırma

Bazı markalar kendilerini gerçekte ait olmadıkları bir ürün kategorisine aitmiş gibi konumlandırırlar. Phonix Üniversitesi kurumsal bir üniversite olarak kendisini üniversite topluluğunun bir elemanı olarak konumlandırmıştır. Gerçekte ise uzaktan öğrenim şirketi Apollo İletişim'in sahibi olduğu amacı güden bir organizasyondur (Harrison-Walker, 2009).

3.3.6 Rekabetçi konumlandırma

Birçok konumlandırma stratejisinde rekabet referans noktasıdır. Böyle olmasının ilk nedeni, iyi bir şekilde oluşturulmuş rakip imajı üzerinden onu referans göstererek diğer imajla iletişim sağlamada faydalanılabilinir. İkinci olarak ise, bazen sizin ne müşteri gözünde ne kadar iyi olduğunuz önemli değildir, önemli olan müşterinin rakipler içinde sizin daha iyi olduğunuza inanmasıdır. Rakibi referans alarak konumlandırma niteliğe göre, özellikle fiyat/kalite çiftine göre, konumlandırmanın mükemmel bir yoludur. Rakibi referans alarak yapılan konumlandırma, rakibini belirleyip bir ya da birkaç nitelikte rakibinle karşılaştırma yaparak rekabetçi reklamcılık destekli yapılabilir (Aaker ve Shansby, 2001). Universiteler bu stratejiyi kendilerini daha prestijli göstermek için kullanabilirler. 1988'de Marion, Indiana'daki Marion Üniversitesi Connecticut, Illinois ve Ohio gibi diğer elit

Wesleyan üniversiteleriyle bir tutmak için ismini Indiana Wesleyan Üniversitesi olarak değiştirmiştir (Harrison-Walker, 2009).

3.4 Yüksek Öğrenim Kurumlarında Pazarlama ve Konumlandırma

Kurumların yazılı bir konumlandırma ifadesi olmasa bile birçoğunun misyon ifadesi, amaç ifadesi ya da pazarlama felsefesi gibi konumlandırma ifadesi yerine geçebilecek yazılı sözleri olması beklenen bir durumdur (Gerke-Newman, 1998). Bir okulun misyonunu belirlemesi için şu beş soruya cevap vermesi gerekir:

1. Yaptığımız iş ne?
2. Müşterimiz kim?
3. Müşteriye kattığımız değer ne?
4. İleride ne yapacağız?
5. İleride ne yapmalıyız?

Bu sorular her ne kadar cevaplanması kolay görünseler de okullar için cevaplanması en zor sorulardır. Başarılı organizasyonlar bu soruları dikkatlice ve baştan sona cevaplayan organizasyonlardır. Misyon belirlemenin kritik önemini kavrayan okullar yazılı bir misyon ifadesi oluşturmaya karar vermektedirler. Bu süreç her ne kadar kolay ve kısa olmasa da bu süreç boyunca harcanan zaman kurumu daha yakından tanımak ve henüz ortaya çıkmamış özelliklerini keşfetmek açısından değerli bir zamandır. Etkili bir misyon ifadesi pazar odaklı, motive edici, uygulanabilir ve özel olmalıdır (Kotler ve Murphy, 1981).

Küçülen bütçe ve artan rekabet düşünüldüğünde üniversitenin imajı, üniversite için rekabetçi ortamda değerli bir varlıktır. Üniversitenin imajının, üniversite ile ilgili gelecekte alınacak kararlara etkisi çok büyüktür. Bu etki sadece o üniversiteye başvuracak kişilere değil, aynı zamanda toplumun kuruluş hakkındaki tutumu ve belki devlet ya da özel kişilerden gelebilecek bağış miktarlarına bile yansıyabilir. Bu yüzden, daha iyi anlaşılmak için en iyi bileşimi veren bir imaj çalışması her üniversite için gereklidir. Üniversiteler tarafından bu amaçla birçok çalışma yapılsa da yayımlanan çalışma sayısı gerçekleşen çalışma sayısından daha azdır. Bunu nedeni, imaj çalışması yapan üniversitenin bu bilgileri rakip oldukları diğer kuruluşlarla paylaşmak kendi güçlü ve zayıf yanlarını rakiplerinin bilgisine sunmak istememeleridir. Parameswaran ve Glowacka çalışmalarında akademik kuruluşların

pazarda rekabet edebilir bir yer edinebilmeleri için ayırt edici bir imaja sahip olmaları gerektiğini ve bunun üniversitenin güçlü yönlerinin ne olduğunu ve neyi en iyi yaptığını bilmekle başladığını belirtmiştir. Üniversite imaj çalışmaları yaklaşımaları kısmen basitten kısmen karmaşık bir aralıkta değişmektedir. Ogbuehi ve Rogers üniversite imajı oluşturmak için en iyi lise öğrencilerini belirleyip onları etkilemek gerektiğini önermiştir. Martin ve Dixon öğrencilerin üniversite seçiminde akademik bilinirliğin etkili bir faktör olduğunu kabul etmiştirler. Üniversite seçiminde dört çeşit etki olduğunu söylemişlerdir. Bunlar akademik programlar, sosyal iklim, maliyet ve yer, ve diğer etkiler (aile, arkadaşlar, öğretmenler, akranlar, rehberler, vb.). Morrow, Doyle, Ogletree ve Parsons yetişkin öğrenciler ile yaptıkları bir ankette üniversitenin bilinirliliğinin özel bir sağlık eğitimi programına katılım kararında önemli bir faktör olduğunu fark etmişlerdir. (Landrum ve diğ., 1998).

Pearce misyon ifadesinin stratejinin belirlenmesinde ve uygulanmasında paha biçilemez bir önemi oluğunu, organizasyonun var olma nedenini ve kime hizmet ettiğini belirlediğini belirtmiştir. Klemm, bir misyon ifadesinin gerekliliği için iki şey öne sürmüştür: İlk olarak, organizasyonun dışından algılanan imajın geliştirilmesi ve ikinci olarak, çalışanların motivasyonun sağlanması. Michael, her öğretim kurumu için pazarlama sürecinin misyon ifadesinden başladığını düşünmektedir. Cuthbert, misyon ifadesinin kuruluşun ne olmak ya da ne yapmak istediğini belirttiğini söylemiştir. Üniversiteler geniş bir yelpazede değişik formlarda fayda üretirler. Problem, bu faydalardan gerçekte kimlerin yararlandığıdır. Weaver potansiyel müşterileri 4 gruba ayırmıştır: Devlet, devlet yöneticileri, akademisyenler ve asıl müşteriler (öğrenciler, öğrenci aileleri, işverenler ve toplumun tümü). Robinson ve Long birincil, ikincil ve üçüncül derecede müşterileri ayırt etmişlerdir. Onlara göre birincil müşteriler öğrenciler, ikincil müşteriler işverenler ve yerel eğitim mericileri, üçüncül müşteriler ise eski öğrenciler, anne babalar ve benzerleridir. Farklı müşterilerin çeşitli ihtiyaç ve istekleri bazı durumlarda birbirleriyle çelişebilir ve bu durum etkili ve verimli bir şekilde bu ihtiyaç ve isteklerin karşılanmasında sorun doğurabilir. Literatürde bu durumlarla ilgili yapılan araştırmaların çoğunda öğrencileri müşteri ve program ya da kursları da ürün olarak görme eğilimi vardır. Fakat öğrenim kurumlarına özel olarak ortaya çıkan problem, öğrencilerin sadece müşteri değil aynı zamanda ürün de olmalarıdır. Lovelock ve Rothschild öğrencilerin eğitim kurumlarının sadece müşterileri olmadığını, aynı zamanda edindikleri tecrübe

ile değişen ve işverenler gözünde eğitim kurumun bir ürünü haline geldiklerini belirtmiştir (Convey ve diğ., 1994).

Kotler ve Fox, insanların üniversitelerin imajını sınırlı ve bazen yanlış bilgiler üzerine biçimlendirdiklerini fakat bu imajın, insanları üniversiteleri tavsiye etme, üniversitelere başvurma, bağış yapma ya da üniversite kadrosuna katılma konularında etkilediğini belirtmiştir. Bu yüzden üniversiteler oluşturdukları imajın doğru ve üniversitenin olumlu bir yansıması olduğuna özen göstermelidirler. Bir kuruluşun gerçek kalitesi genellikle kalite itibarı ya da ününden daha önemsizdir, çünkü itibar, üniversitenin algılanan üstünlüğü ve potansiyel öğrenciler, akademik kadro ve bağış yapacak kişiler için karar verme aşamasında rehber rolü görür. Oluşturulan imaj üniversitenin tüm disiplinleri için aynı olabileceği gibi, farklı disiplinler için farklılıklar gösterebilir. Çünkü her disiplin için bazı ayırt edici özellikler olabilir. Örneğin tıp okulu ile işletme ya da sanat okulunun çok farklı imajları olabilir. Bu imajlar ağızdan ağza sözler, geçmiş tecrübeler ve pazarlama aktiviteleri sonucunda oluşur (Ivy, 2001).

Fram, üniversite imajının geliştirilmesi üzerine bazı tavsiyelerde bulunmuştur. Bu tavsiyeler, fakülte aktiviteleri ve başarılarının öne çıkarılması, mevcut öğrencilerin fikirlerinin alınması, üniversite mezunlarına anket yapılarak üniversite ile ilgili edindikleri tecrübelerin değerlendirilmesi ve yerel toplumun üniversite hakkındaki tavır ve düşüncelerinin araştırılmasıdır (Landrum ve diğ., 1998).

3.5 Konumlandırma Çalışmalarında Kullanılan Yöntem ve Yaklaşımlar

3.5.1 Uygunluk analizi

Kategorik verilerin yorumlanmasını sağlayan, çapraz çizelgelerde satır ve sütun değişkenleri arasında benzerlik, farklılık ve ilişkilerin yorumlanmasını kolaylaştıran, birlikte değişimlerini daha az boyutlu bir uzayda grafiksel olarak gösteren bir yöntem, uygunluk analizidir. Kategorik ya da kategorize edilmiş sürekli değişkenlerin kategorileri arasındaki benzerliklerin ya da farklılıkların uzaklıklar cinsinden ifade edilmesini, hangi alt kategorinin diğer kategorilere göre daha çok benzer olduklarını bulmayı sağlayarak, çapraz çizelgelerdeki değişkenlerin alt kategorileri arasındaki benzerlikleri daha az sayıda boyutta grafiksel olarak görüntülemeyi amaçlar. Uygunluk analizi çapraz tabloda yer alan değişken ve boyut

sayısına göre iki farklı şekilde uygulanmaktadır. Uygunluk analizinin en basit hali olan basit uygunluk analizi, iki yönlü çapraz tabloların incelenmesinde kullanılmaktadır. Çoklu uygunluk analizi ise uygunluk analizinde değişken sayısının sınırlandırılmadığı, değişkenlerin bir matris olarak kodlanıp çok yönlü çapraz tablolarda uygulandığı durumudur (Suner ve Çelikoğlu, 2008).

Hoffman ve Franke (1986), uygunluk analizinde, veriler arasındaki ilişkiyi bulmak için sayısal noktalar veri matrisinin sütun ve satırlarına atandığını belirtmişlerdir. Noktalar, anlama kolaylığı için tüm değişkenlerin aynı boşlukta olduğu uygun birimlerdedir. Bu açıdan uygunluk analizi, açınsayıcı veri analizi olarak bilinen yöntem sınıfına girer. Noktaların görümüne ilişkin yorum, noktalar arasındaki ki-kare uzaklıklarına dayanır ve bu uzaklıklar her bir nokta kümesi için tanımlanır. İki noktanın profillerinin birbirleriyle uyumluluk gösterdiğini, noktaların (satır ya da sütun) birbirlerine yakın uzanıp uzanmadığına bakarak anlarız. Bunun dışında, bir noktanın orijine yakın olması, o noktanın profil değerinin ortalama profil değerine yakın olduğun işaret eder (Uzgören, 2007).

Uygunluk analizinin pazar araştırmalarına katkı sağlayan birçok özelliği vardır. Bu katkının çoğu aynı anda düşünülen çoklu kategorize edilmiş verilere çok değişkenli bir yaklaşımın sonucudur. Uygunluk analizinin bu çok değişkenli yapısı veriler arasındaki ilişkileri kolayca ortaya koyabilmektedir. Bunu yaparken sadece verilerin ilişkili olduğunu değil, nasıl ilişkilendiklerini de ortaya çıkarmaktadır. Uygunluk analizinden elde edilen birleşik grafiksel gösterim kategorize edilmiş veriler arasındaki yapısal ilişkileri belirlemede yardımcı olabilir. Bunun dışında, uygunluk analizinde pozitif dikdörtgensel veri matrisi dışında katı veri gereklilikleri yoktur. Bu yüzden araştırmacılar gerekli verileri kolayca ve hızlıca toplayabilirler. Gerçekte uygunluk analizi için pazarlama uygulamalarında bir sınır yoktur. Örneğin, pazar bölümlendirilmesinde görece homojen grupların belirlenmesinde uygunluk analizi kullanılabilir. Uygunluk analizi ayrıca ürün konumlandırma çalışmalarına katkı sağlayabilir. Bu yöntem aynı zamanda yeni bir ürünün tasarım aşamasında da yararlı olabilir. Bunun dışında geliştirme bütçesi için birçok konseptin yarıştığı bir durumda konsept test aşamasında uygunluk analizi uygulanabilir (Hoffman ve Franke, 1986).

Uygunluk analizinin öncelikli hedefi düşük boyutlu uzayda sütun ve satır takım noktaları olarak geometriksel bir şekilde gösterebilmektir. Bu yöntem tipik olarak maddeler (yüksek öğrenim kurumları) ve betimsel davranışlar (pazarlama araçları)

arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Genel olarak, iki kategorize edilmiş veri setinin çizelgeleştirilmiş hale dönüştürülmesinde kullanılır. Veri metrik forma dönüştürülür, boyutsal olarak düşürülür (faktör analizine benzer olarak) ve algısal harita oluşturulur (Ivy, 2001).

Uzgören (2007) yorumların daha kolay yapılması ve her bir değişkene ait kategoriler arasındaki iliksilerin daha anlaşılır olması için uygunluk analizinde ulaşılan sonuçların grafikle gösteriminin daha yararlı olduğunu işaret etmiştir. Her bir noktanın orijinden uzaklığı o noktanın yani kategorinin önemini ifade etmektedir. Grafik üzerinde orijinden ilgilenilen noktaya bir doğru çizildiğinde, diğer noktalara da orijinden başka noktalar çizildiğinde ilgilenilen noktaya ait doğru ile diğer doğrular arasındaki açı, ilgilenilen nokta ile diğer noktalar arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Açının küçüklüğü ilişkinin büyüklüğünü, açının büyüklüğü ise ilişkinin küçüklüğünü ifade etmektedir

Uygunluk analizi, göze frekansları yardımıyla iki değişkenin gözlemlenen birlikteliğini sunan ve genel olarak yukarıdaki gibi tanımlanan iki-boyutlu bir kontenjans tablosundan yararlanarak, bir değişkenin belirli düzeylerinin diğer bir değişkenin bazı düzeyleriyle birlikteliğinin olup olmadığının belirlenmesidir. Bu doğrultuda uyum analizi iki-boyutlu bir uzayda, ikiboyutlu bir kontenjans tablosunun satır ve sütunlarını tablodaki birliktelikleriyle tutarlı olacak şekilde noktalar halinde göstermek için geliştirilen geometrik bir tekniktir. Bu durumda problem noktalara en iyi uyan iki-boyutlu uzayı bulabilmektir.

Uygunluk analizinin analitik süreci üç asamadan oluşmaktadır. Bu sürece göre ilk olarak satır ve sütun profilleri hesaplanmakta, ikinci aşamada satır ve sütun profilleri iki-boyutlu uzayda ayrı ayrı resmedilmekte ve son aşamada ise satır ve sütun profilleri iki boyutlu ortak bir harita üzerinde gösterilmektedir. Uygunluk analizinde harita adı verilen bu grafiklerin gözlemlenen frekanslara göre değil, frekansların satır içindeki nispi önemini gösteren satır profillerine ve benzer şekilde frekansların sütun içindeki nispi önemini gösteren sütun profillerine göre çizildiği görülmektedir. Bu nedenle uygunluk analizinin anlaşılabilmesi için profil, mass, ki-kare uzaklığı ve toplam değişkenlik gibi dört temel kavramın açıklanması gerekmektedir.

İstatistiksel analizlerde çok kullanılmasına rağmen ki-kare değerini yorumlamak kolay değildir. Çünkü her bir gözedeki gözlemlenen frekans değerleri iki katına

çıkartıldığında, nispi uzaklıkların değişmemesine rağmen ki-kare değeri artacaktır. Bu nedenle uygunluk analizinde gözelerdeki toplam değişkenliğin belirlenmesinde ki-kare istatistiği yerine, ki-kare istatistiğinin toplam gözlem sayısına bölümünü ifade eden toplam değişkenlik ölçüsü kullanılır. Biraz önce belirtildiği gibi büyük bir değişkenlik, satır ve sütunlar arasındaki birlikteliğin yüksek olduğunu, sıfıra yakın bir değişkenlik değeri ise birlikteliğin olmadığı anlamına gelir. Uygunluk analizinde haritaların oluşturulabilmesi için ki-kare uzaklıkları kullanılarak satır (ya da sütun) noktaları arasındaki uzaklıklar ve farklı noktaların merkeze ya da eksenlerin orijinine uzaklıklarının hesaplanması gerekir. Bu durumda geriye kalan problem çok- boyutlu uzayda tüm noktalara en yakın olan eksenleri bularak noktaları iki-boyutlu uzayda gösterebilmektir.

Satır ve sütun profillerinin ayrı haritalarda gösterilmesi uygunluk analizinin ikinci aşamasıdır. Son aşaması ise satır ve sütun profillerini ikiboyutlu uzayda aynı harita üzerinde göstermektir. Her satır ve sütun profili bir matematiksel vektör olduğu için her profil noktası çok boyutlu bir uzayda noktalar olarak gösterilebilecektir. Uygulamalarda boyut sayısı genelde üçten fazladır ve her profilin harita üzerindeki konumunu belirlemek oldukça zordur. Ancak bazı profillerin ihmal edilerek noktaların iki-boyutlu bir uzayda gösterilmesi mümkündür. Bu sebeple, uygunluk analizinde kullanılan grafikler, profil uzayında optimal görülen düzlemden oluştukları için profil noktalarının gerçek konumlarının bir yaklaşığıdır.

3.5.2 Analitik hiyerarşi süreci (AHS)

Analitik hiyerarşi süreci özellikle faktör ağırlıklarını belirlemek olmak üzere geniş çeşitlikteki karmaşık karar verme problemlerinde kullanılır. Herhangi bir zamanda karmaşık dünya düzeninde birçok problemle karşılaşılabileceği düşünüldüğünde, hedef ve öncelikleri belirlemek, problemleri organize bir çerçeveye sokmak karar verme aşamasındaki işleri kolaylaştırır. Analitik hiyerarşi süreci faktörleri kontrol etmede değerli bir yöntemdir. Analitik hiyerarşi süreci uygun faktörleri belirlemeyle başlar ve sonra bu faktörleri bir hiyerarşiye göre düzenler. Bu hiyerarşi genel hedeften her bir değişkene atanmış sayısal değerler ile çeşitli boyut ve kriterlere doğru aşağı doğru birbirini izleyen seviyelere düşer. Bu yöntem karar vericileri sonuçlara götürdüğü için onlara uyumlu düşünce modellerini devam ettirmelerinde katkı sağlar (Ho ve Hung, 2008).

3.5.3 Konjoint analizi

Araştırma aracı olarak kullanılan bir diğer yöntem de konjoint analizidir. Konjoint analizi tüketici kararlarını ve bu kararlarda rolü olan faktörleri ortaya çıkardığı için tüketici tercihlerini tahmin etme ve bu yönde yeni pazarlama stratejileri belirlemede önemli katkılar sağlamaktadır. Tüketicinin, ürünün sahip olduğu özellik seti üzerindeki genel yargısını tahmin etmeye yarayan bu tekniğin iki amacı vardır:

1. Tahminci değişkenlerin ve düzeylerinin oluşturduğu kombinasyonların tüketici tercihlerine katkısını belirlemek.
2. Herhangi bir mal ve hizmete ait nitelikler setinin tüketiciler tarafından kabulünü tahmin etmede kullanılacak bir tüketici yargı modeli kurarak, modelin gerçekliliğini test etmek.

Bu amaçlar doğrultusunda önceden belirlenen özellik seti ve düzeylerinden oluşan kombinasyonlar değerlendirilir ve tüketicinin genel yargısına her bir kombinasyonun katkısı kısmi fayda ile belirlenir. En çok kullanılan konjoint ölçümü ilave edilebilir kısmi fayda modeli, karşılıklı etkileşim modeli ve çarpım modelidir (Dölekoğlu Özçiçek, 2003).

Konjoint analizler, internet tabanlı olarak ya da kağıt kalem anketleri şeklinde uygulanır. Müşteriye sunulan ürün ya da hizmetlerin bileşenlerinin tartılıp değerlendirilmesini sormak yerine, konjoint anketleri müşteriden en iyi alternatifi seçmesini ister. Tipik olarak, bir konjoint anketinde ikiden dörde kadar farklı ürün teklifleri müşteriye sunulur ve müşteriden hangi ürünü seçmek isteyeceği ya da hangi ürünü satın almak isteyeceği sorulur. Veri toplamada daha gerçekçi olması, takas veri ve ideal bölümlendirilmiş veri konjoint analizinin diğer daha geleneksel yöntemlerden bazı üstünlükleridir. Konjoint veri toplama daha gerçekçidir çünkü pazardaki tüketicinin davranışlarına yakından benzemektedir. Diğer bir avantajı olarak, klasik anketlerde çoğu insan için her şeyin kritik derecede önemli olduğunun belirtilmesi yaygınken konjoint insanları zor kararlar vermeye zorlamaktadır. Konjoint analizi yardımıyla araştırmacılar neyin en önemli neyin en az önemli olduğunu belirmeye dair zor kararlar almaya zorlanmaktadır. Bir başka önemli avantajı ise konjoint analizin geçerli ve güvenilir, yeterli çeşitliliği koruyan konu düzeyinde önem ve fayda tercihi sunmasıdır (Garver ve Divine, 2007).

Mal ve hizmetler alternatifleri ile karşılaştırıldığı için konjoint analizinin faydaları oldukça fazladır. Özellikle yönetimsel karar alma sürecinde yol gösterici bir anahtardır. Aşağıda belirtilen faydalarına rağmen organizasyon düzeyinde kullanımı kısıtlı olmuştur. Programın matematiksel karmaşıklığı, anket yöntemindeki algılama güçlüğü, araştırıcılar tarafından yeterince tanıtılamaması bu kısıtların temel nedenleridir. Faydaları:

1. Satın alma kararının gerçekçi olarak tasarlanmasına olanak sağlar.
2. Tüketicilerin en iyi ürün seçimlerindeki "en iyi" kavramını tanımlar.
3. Tüketici ihtiyaç ve tercihleri hakkında gerçekçi bilgi verir.

Ürün farklılaştırmada tüketici gönüllülüğü hakkında bilgi verir ve bu yönde araştırma-geliştirme çalışmalarının yönlendirilmesini sağlar (Dölekoğlu Özçiçek, 2003).

Kullanım sayısı ve popülerlikleri değişmekle birlikte günümüzde kullanılan üç farklı konjoint yöntemi vardır:

1. Uyarlamalı konjoint analizi
2. Geleneksel konjoint analizi
3. Seçime bağlı konjoint analizi (Garver ve Divine, 2007).

3.5.4 Uyarlamalı konjoint analizi

1990'larda en yaygın kullanılan konjoint yöntemidir. Bu yöntem çok fazla sayıda nitelikleri barındırabilme ve diğer konjoint yöntemlerine göre daha küçük örnek hacimler ile güvenilir bir yöntemdir. Geleneksel ve seçime bağlı konjoint analizi altıdan fazla niteliği barındıramazken uyarlamalı konjoint analizi otuza kadar niteliği barındırabilir. Uyarlamalı konjoint analizi bir seferde sadece iki ya da üç tane nitelik tercihi yaptığı için müşteriler için kullanımı kolay bir yöntemdir (Garver ve Divine, 2007). Uyarlamalı konjoint analizi dört aşamadan oluşur. Birinci aşamada araştırmacı, araştırılan ürün veya hizmet için doğru etken ve düzeyleri belirler. İkinci aşama, veri toplama aşamasıdır. Bu etken ve düzeyler, yanıt vericilere gönderilir ve yanıt vericilerden bu düzeylerin sıralanması istenir. Eğer bazı etken düzeyleri yanıt vericiler tarafından seçilmemişse bu etken düzeyleri daha sonraki aşamalara aktarılmaz. Daha sonra, etkenlerin önem oranları belirlenir. Daha önce yanıt vericiler tarafından tercih edilen düzey sıralamasının en iyi ve en kötüsüne bağlı olarak bir soru formatı hazırlanır ve yanıt vericiler tarafından cevaplanması istenir.

Bu bölümden sonra, yanıt vericiye iki etkenin ikili karşılaştırması sorulur. İkili karşılaştırma aşaması uyarlamalı konjoint analizini diğer yöntemlerden ayıran kısımdır. Bilgisayar programı alınan cevaplar doğrultusunda belirlenen en önemli etken ve düzeyleri kullanarak "ayarlanmış kavram" serilerini oluşturur. Üçüncü aşama, soruları cevaplayanların fayda katsayısı tahminlerinin oluşturulmasıdır. Son aşamada ise ikili karşılaştırma sorularının sırası ayarlanır.

Analizin yorumlanması hem kişisel fayda modeline hem de tüketici tahmin modeline göre yapılır. Kısmi fayda ve faktörlerin göreceli önemleri hem faktör bazında ve toplam olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca her bir faktörün oransal önemi de değerlendirilebilir. Kısmı fayda tahminleri en önemli faktörü ve tercihte etkili olan düzeylerin büyüğünü ortaya koyar. Denekler tercihlerine göre karşılaştırılırken değer sıralaması da standartlaştırılmış olur. (Bacanlı ve Kıroğlu, 2007).

3.5.5 Faktör analizi

Verilerin aralarındaki ilişkilere göre daha anlamlı ve uygun bir biçimde gösterilmesi için çok değişkenli istatistiksel analiz türlerinden biri olan faktör analizi kullanılır. Bu analizdeki ana amaç değişkenler arasındaki karşılıklı bağımlılığın orijinini araştırmaktır. Birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler keşfetmek istendiğinde faktör analizi kullanılır. Veri matrisinin analiz öncesi ölçüt ve tahmin değişkenlerinin alt matrislerine bölüştürülmemesi ve değişkenler arasındaki ilginin doğrusal olduğu varsayımları altında faktör analizi yapılır. Bu bilgiler doğrultusunda faktör analizi, temel olarak değişkenlerle ilgilenen, fazla sayıdaki değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmeyi ve bu değişkenlerin özünde yatan ortak faktörleri ortaya çıkaran, çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemi olarak tanımlanabilir (Atan ve diğ., 2002).

Birçok farklı yöntem yoluyla faktör analizinde ortak faktör uzayını oluşturmak mümkündür. Araştırmalarda en çok kullanılan yöntem ana faktör yöntemi olmakla beraber diğer yöntemler: Basit toplama, en yüksek ihtimal, minres ve çoklu grup genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemidir. Orijinal değişkenler ile ilgili faktör arasındaki korelasyonlar, faktör yükleridir. Bu korelasyonların işaretlerine ve büyüklüklerine bakılarak oluşturulan yük matrisleri her faktörde isimlendirilir. Ulaşılan faktörlerin isimlendirilmesi ve anlamlarının yorumlanması uzman kişilerce yapılmalıdır. Örüntü matrisindeki düşük, orta veya yüksek yükleme sahip olan faktör

katsayıları, faktör karmaşıklığının bir işaretidir. Faktör katsayılarına bakılarak grup faktörleri, genel faktörler ve özel faktörler olarak üç çeşit faktör tanımlanabilir. Her bir değişken için orta ya da yüksek yüklemlere sahip olanlar genel faktörlerdir. Değişkenler arasındaki bağlantının genel örtüsünü tasvir ederler. Grup faktörü, orta ya da yüksek yüklemlere sahip olup bu durum, değişkenlerin hepsi için olmasa da iki veya daha fazla grubu için geçerlidir. İki değişken için faktör yükleminin fazla olması durumu, grup faktörünün özel bir örneğidir ve ikili faktör denir. Bipolar grup faktörü ise grup faktörünün negatif ve pozitif yüksek yüklemlere sahip olması durumudur. Her değişkenin yüksek yüklemleri değişik gruplara dağılmışsa buna da aşırmasız grup faktörü denilmektedir. Yalnız bir değişkenin yüksek yükleme sahip olduğu faktör ise özel faktördür. Faktör analizinde faktör karmaşıklığını değişik şekillerde oluşturan faktör çıkaran yöntemler vardır (Atan ve diğ., 2002).

3.5.6 Regresyon analizi

Regresyon analizinde temel amaç, bağımlı değişken ile bağımsız değişken ya da değişkenler arasındaki bağlantıyı matematiksel bir denklem yoluyla açıklamaktır.

Genel olarak, nicel değişkenlerin analizinde kullanılan regresyon analizi, basit ve çoklu olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir bağımlı değişken ile birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen çoklu regresyon analizi, bir bağımsız değişken içeren basit regresyon analizinin doğal bir uzantısıdır. Fakat çoklu regresyon analizi yapmak basit regresyon analizi yapmaktan pek çok açıdan daha zordur. Özellikle ikiden fazla bağımsız değişken varsa direk olarak ya verilere ya da modele uyan üçten daha fazla boyutlu bir grafik oluşturmak mümkün değildir. Bu sebeple, bağımlı değişkendeki toplam değişimi açıklamaya yönelik grafiksel açıklamalar yalnızca iki bağımsız değişkeni barındıran regresyon modeline göre yapılabilir. Yorum kısmında, R^2=1 olması durumunda mükemmel bir uyumun, R^2'nin sıfıra yakın değerler alması durumunda da uyumun çok iyi olmadığı belirtilir (Uzgöner, 2007).

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1 Araştırmanın Amacı

Araştırma, endüstri mühendisliğini tercih edecek Türk öğrencilerin ve/veya endüstri mühendisliğinden mezun olan öğrencilerin tercih sırasında dikkat ettiği ölçütleri belirlemek ve bu ölçütlerin bazı Türk üniversiteleri için algısal haritasını oluşturmayı amaç edinmiştir.

4.2 Araştırmanın Kapsamı

Araştırma; Türkiye eğitim pazarındaki aday öğrenciler ve üniversite 1. ve 2. Sınıfta okuyan öğrencilerle mezun endüstri mühendisliği öğrencilerine anket çalışması uygulamak ve bu anket sonunda üniversitelerin algısal haritalama yöntemiyle konumlarının bulunmasını kapsamaktadır.

4.3 Araştırmanın Örneklemi

Çalışmanın örneklemi; odak gurup ve anket gurubu olarak ikiye ayrılmıştır. Odak grup 26 kişilik üniversite öğrencilerinden oluşmuştur. Anket grubu ise; 563 aday ve üniversite öğrencilerinden ve 54 mezun öğrenciden oluşmaktadır.

4.4 Araştırmanın Literatür Taraması

Araştırma için geniş bir literatür taraması yapılmış ve bu çalışmalar özetlenerek tablolar haline getirilmiştir. Ek A.1 bundan önce yapılmış çalışmaların odak grubunu ve çalışmalarda kullanılan araçları göstermektedir.

Ek A.2'de literatürdeki bulgulardan ve bunların ilgili olduğu kriterden bahsedilmiştir. Bulguların her kaynakta farklı ve/veya çeşitli şekilde ifade edilmesinden ötürü bu bulguları içine alan ana başlıklar bulunmuştur ve bunlar ilgili kriter olarak adlandırılmıştır. Kriterlerin ana başlıkları makaleleri bir başlık altında toparlayabilmek ve kriterler için aynı dili kullanabilmek için gerekli görülmüştür. Ek

A.1 ve Ek A.2 literatürü detaylı bir şekilde gösterdiğinden ayrıca ayrıntısıyla bahsedilmeye gerek duyulmamıştır.

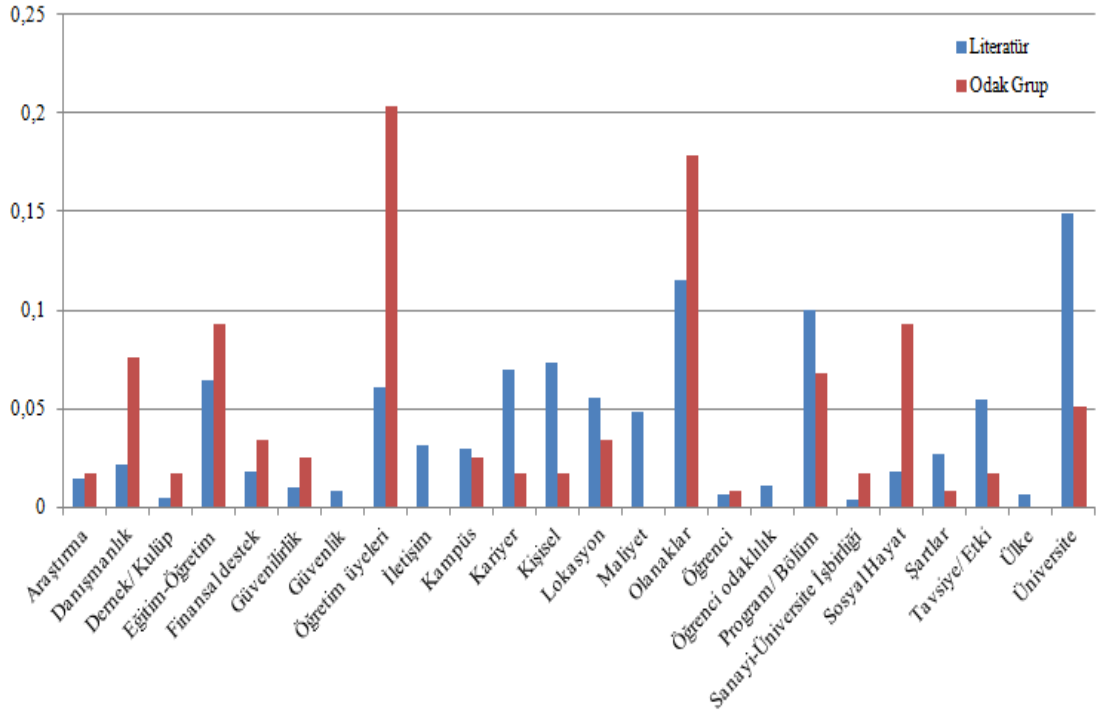
Ek A.3 ise tüm bu tablolara ek olarak herbir kriteri bünyesinde barındıran kaynakları göstermektedir. Bir örnek vermek gerekirse, "öğretim elemanları" başlığı altında, öğretim elemanlarının kalitesi, öğrenci ile ilişkisi, bilgi birikimi, öğretim elemanlarının ünü, yardımsever olması vs. gibi bulgular vardır.

Daha sonra ise bu kriterleri sayarak anketi oluşturmanın daha iyi olacağı düşünülmüş ve literatürün önem verdiği kriterler anılma sayılarıyla birlikte Çizelge 4.1'de görülebilir. Şekil 4.1'de de kriterlerin grafik gösterimi bulunmaktadır.

Çizelge 4.1 : Literatür ile odak grup karşılaştırması.

İlgili Kriter	Literatür		Odak Grup		İlgili Kriter	Literatür		Odak Grup	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran		Sayı	Oran	Sayı	Oran
Araştırma	18	0,0146	2	0,0169	Lokasyon	68	0,0551	4	0,0339
Danışmanlık	27	0,0219	9	0,0763	Maliyet	60	0,0486	0	0
Dernek/ Kulüp	6	0,0049	2	0,0169	Olanaklar	142	0,1150	21	0,1780
Eğitim-Öğretim	79	0,0640	11	0,0932	Öğrenci	8	0,0065	1	0,0085
Finansal destek	22	0,0178	4	0,0339	Öğrenci odaklılık	13	0,0105	0	0
Güvenilirlik	12	0,0097	3	0,0254	Program/ Bölüm	124	0,1004	8	0,0678
Güvenlik	10	0,0081	0	0,0000	Sanayi-Üniversite İşbirliği	5	0,0040	2	0,0169
Öğretim elemanları	75	0,0607	24	0,2034	Sosyal Hayat	22	0,0178	11	0,0932
İletişim	39	0,0316	0	0	Şartlar	33	0,0267	1	0,0085
Kampüs	37	0,0300	3	0,0254	Tavsiye/ Etki	67	0,0543	2	0,0169
Kariyer	86	0,0696	2	0,0169	Ülke	8	0,0065	0	0
Kişisel	90	0,0729	2	0,0169	Üniversite	184	0,1490	6	0,0508

Şekil 4.1 veya Çizelge 4.1'e baktığımızda üniversite başlığı altındaki maddelerin tercihi daha çok etkilediği, bundan sonra olanakların öğrencilerin tercih yapmalarında etkili olduğu görülebilir. Bunun yanısıra, üniversite-sanayi işbirliği başlığı altında geçen eser sayısı 5 adetle en azdır. Dernek/kulüp ise üniversite-sanayi işbirliğinden önce yer almaktadır ve literatürde anılma sayısı 6'dır.



Şekil 4.1 : Literatür ile odak grubu karşılaştırma grafiği.

4.5 Araştırmanın Odak Grubu

Literatür araştırması yapılırken, Türkiye'de üniversite konumlandırılması ile ilgili çalışmaların sayısı oldukça azdır. Hizmet konumlandırılması adınada bir tez olduğu görülmektedir. Yapılan çalışma ise üniversite seçerken öğrencilerin dikkat ettiği kriterleri düşünerek anket oluşturmamış, anketin geneli demografik bilgilere dayandırılarak yorumlanmıştır. Ayrıca Yamamoto'nun (2006) çalışması ise üniversite konumlandırması yapmamaktadır.

Üniversite tercihindeki bulguları Türkiye için de destekleyici kılabilmek adına veya literatürdeki bulguların Türkiye için yanıltıcı olmaması adına 26 kişilik bir mevcut üniversite öğrenci grubu ile "üniversite tercih faktörleri ve üniversitede motive edici unsurlar" adı altında bir çalışma yapılmıştır.

Odak grup kendi görüşlerini hiçbir kısıt altında kalmadan dile getirmiştir. Aklına gelebilecek tüm bilgilerin toplanması amaç edinilmiş ve birbirlerinden etkilenmemelerine özen gösterilmiştir. Bunun için öğrencilerden birebir çalışma yapmaları istenmiştir.

Öğrencilerin cevapları ile literatürde benzerlikler olmasının yanında ayırıcı yönler gözden kaçmamaktadır. Mesela literatürde olduğu gibi üniversitenin etkisi odak grup

için çok önemli görülmemiştir. 26 kişiden yalnız dört tanesi üniversite kriterinin, tercihini etkileyebileceğini dile getirmiştir. Bunun yanı sıra öğretim elemanlarının tercihteki etkisi odak grup öğrencileri için çok fazla önem teşkil etmektedir. 26 öğrenciden 24 tanesi öğretim elemanı kriterinin tercih etmeyi ve/veya üniversitenin konumunu etkileyeceğini dile getirmiş. Bu kriter literatürde de üst sıralardadır ancak bu kadar önem verilmemiştir.

Sonuçlar göstermiştir ki, odak grup çalışması Türkiye eğitimindeki üniversite tercihlerini etkileyecek faktörlerin farklılaşabildiğini kanıtlar niteliktedir.

Odak grup ile literatür kıyasının yapılabilmesi ortak paydada birleştirebilmek için oranları hesaplanarak karşılaştırma yapılmıştır. Bunun için Çizelge 4.1'de literatürde anılma sayısı ve odak grubun algı sayısı ile bunların oranları verilmiştir. Bunun yanında Şekil 4.1 bu oranların kıyasını görsel olarak gösteren grafiktir.

Bu çizelge ve grafiğe bakıldığında literatür için en önemli kriterin üniversite olduğu görülürken, odak grup için bu aynı oranda önemli görülmemiştir. Bunun aksine öğretim elemanlarının etkisinin üniversite tercihini etkilediği odak grup tarafından en yüksek yüzdeye sahipken aynı durum literatürdeki anılma sayılarıyla aynı değildir. Öğretim elemanlarının etkisi literatürde odak gruba göre daha düşük orana sahiptir. Program/bölüm, kariyer, lokasyon gibi ilgili kriterler literatürde odak gruba göre daha önemli görünmüş olmasına karşın, danışmanlık, eğitim-öğretim, sosyal hayat, finansal destek gibi ilgili kriterler de odak grup tarafından daha önemli görülen kriterlerdir. Araştırma ve kampus kriteleri ise her iki grup için de aynı oranda önemli görülmüştür denilebilir.

Anket sorularının hazırlanması ise tüm bu kriterleri kapsayan, gerektiği zaman ayrıntısına inerek aynı ilgili kriteri birden fazla soruyla temsil ettirecek şekilde detaylandırılmıştır. Bu soruların hazırlanmasında tabloda ve/veya grafikte verilen değerlendirme aydınlatıcı bir rol oynamıştır.

Eklerdeki ayrıntılı tablolar ve odak grup görüşleri dikkate alınarak anket hazırlanmış ve uygunluk (correspondence) analizine uygun hale getirilen veriler hazırlanmıştır. İlgili kriterler ile bulgular düşünülerek anket öğrenci ve mezunların anlamasını kolaylaştırıcı şekilde hazırlanmıştır.

5. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1 Anket ile Verilerin Toplanması

Uygunluk analizi, evet-hayır veya var-yok gibi ifadelerle bunların sayısını gösteren frekanslara dayanır. Uygunluk analizine uyacak şekilde anket soruları hazırlanmıştır. Anket soruları Ek B.1'e verilmiştir.

Anket sonucunda her bir kriter için anketi yapanlar tarafından belirlenen işaretlemeler sayılarak o kriterin frekansları belirlenmiştir.

Analizin yapılması için SPSS programı kullanılmıştır. SPSS programında kriterler ve üniversiteler için tek tek frekanslar girilmiş ve sonucunda tablolar elde edilmiştir. Tablo değerlerinden yararlanarak Excel programıyla algısal haritalar oluşturulmuştur.

5.2 Verilerin SPSS ve Excel Programına Girilmesi

Anketteki soruların ilgili olan kriterlere göre hazırlanmış olması o sorunun cevaplarının ilgili olduğu kriterin frekansını gösterdiğini anlatır. Ancak ankette kimi zaman bir soru bir ilgili kriteri ifade ederken, kimi zaman da birden fazla soru bir ilgili kriteri karşılar.

Bu durum, birden fazla sorusu olan kriterler için daha fazla frekans değeri anlamına gelmemelidir. O soruda bahsedilen özelleşmiş soruların frekansları baz alınarak algısal harita oluşturulmuştur. Çünkü uygunluk analizi verilerin birbirleri ile ilişkilerine bakılarak oluşturulan bir analizdir. Burada frekansların ilgili kritere gore toplanması sayıları ortak paydada toplayamamayı sağlayacağından her kriter kendi frekans değeri ile değerlendirilmelidir.

Toplam 55 soru ile yapılan anketteki 4 soru öğrencilerin algılamakta zorluk çektiği sorular olması sebebiyle elenmiştir. Bu sebepten algısal harita 51 kriter üzerinden yapılmıştır.

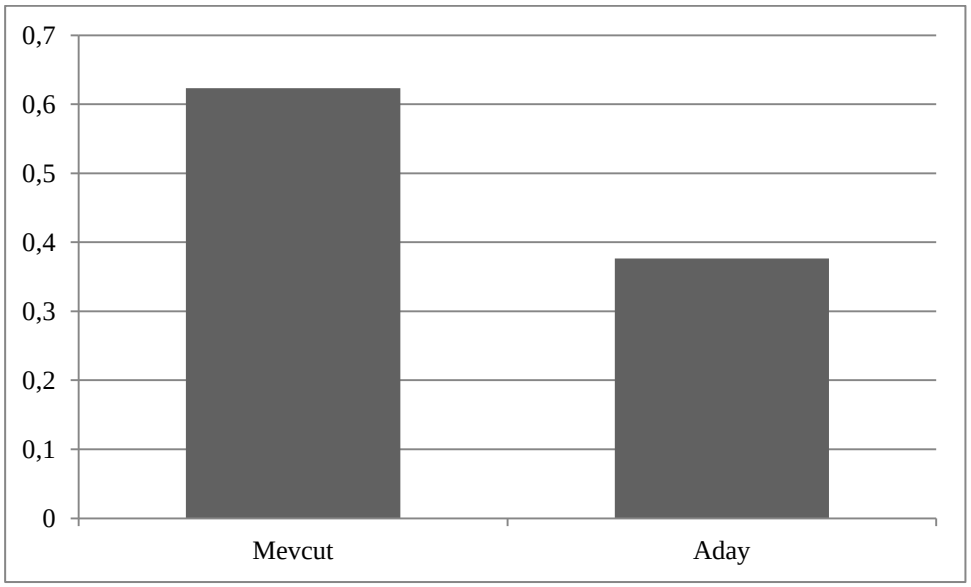
SPSS programına girilen verilerden sonra elde edilen nokta değerleri excel programındaki "dağıtım grafiği" kullanılarak algısal harita oluşturulmuştur.

5.3 Demografik Veriler, SPSS Program Çıktıları ve Algısal Harita

SPSS programı çıktılarıyla oluşturulan mezunlar ile aday ve mevcut öğrenci haritaları bu çalışma için toplanmış örneklemi kapsamaktadır. Örneklem sayısı değiştikçe algılarda değişiklik olabileceği unutulmamalı ve bu sebepten dolayı sonuçlar genel bir yargıdır gibi değerlendirilmemelidir.

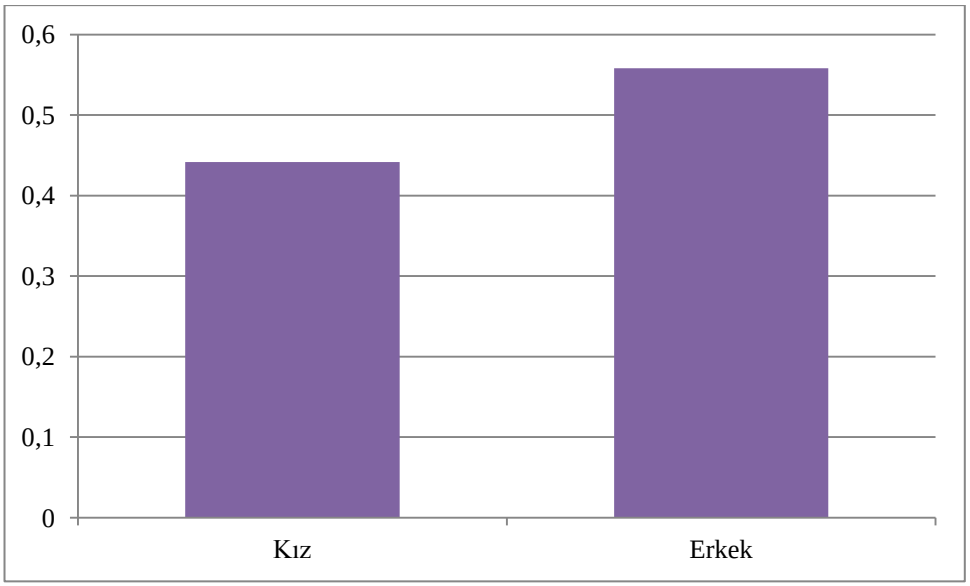
5.3.1 Aday ve mevcut öğrenci algısı ile program çıktıları ve algısal harita

Anketin ilk bölümünde demografik bilgiler bulunmaktadır. Bu bilgilerden ilki olan cinsiyet için aday ve mevcut öğrenciler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. 563 kişiden 351'i mevcut öğrenci ve 212'si aday öğrencidir. Bunların oransal gösterimi Şekil 5.1'de gösterilmiştir.



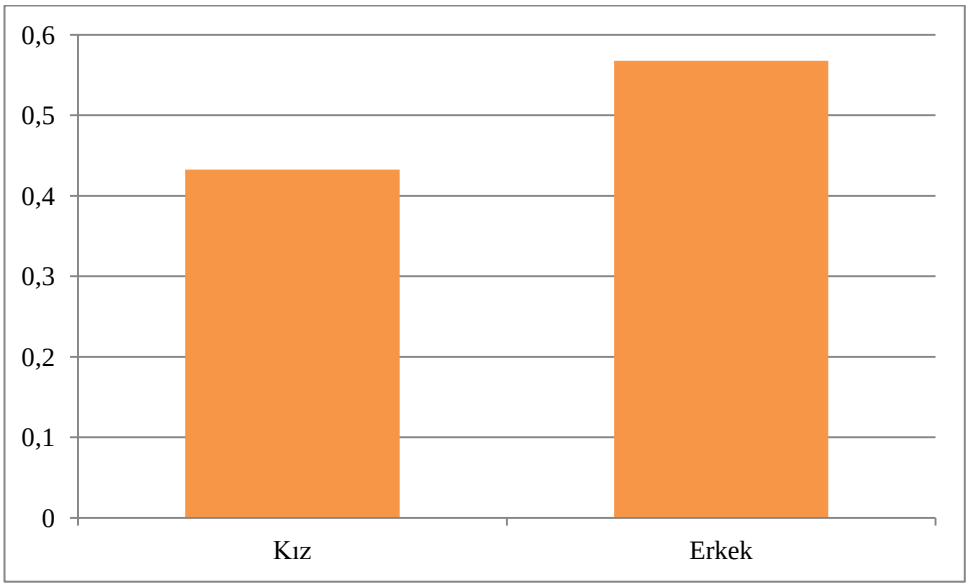
Şekil 5.1 : Mevcut-aday öğrenci oranları.

Aday öğrencilerden altı tanesi cinsiyet sorusunu boş bırakmıştır. Geriye kalan 206 öğrenciden 91'i kız, 115'i erkektir. Kız oranı %44,18 ve erkek oranı % 55,82'dir. Bu verileri gösteren grafik Şekil 5.2 'de gösterilmiştir.



Şekil 5.2 : Aday öğrencilerin cinsiyet oranları.

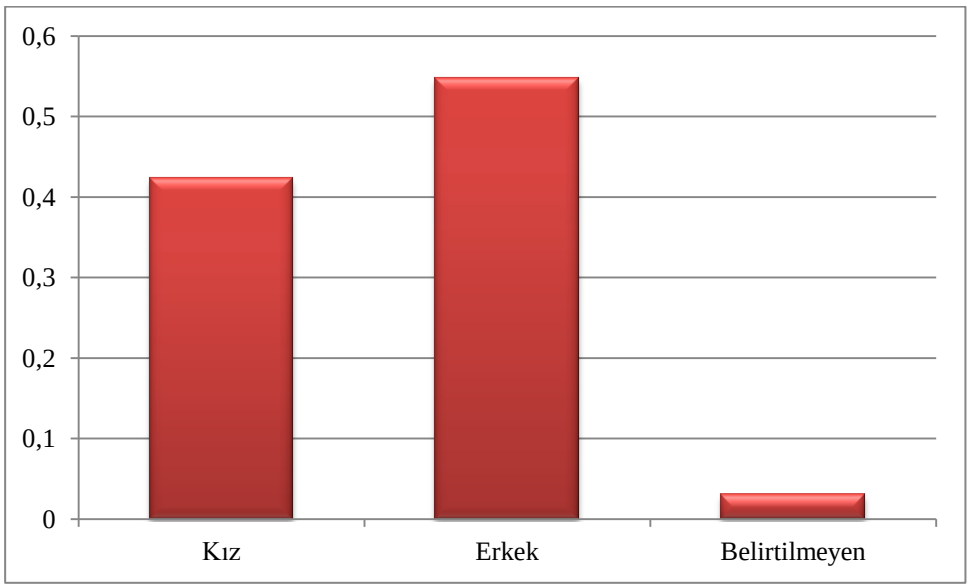
Mevcut öğrencilerde 351 öğrenciden 11 tanesi cinsiyet durumunu belirtmediğinden 340 kişinin cinsiyet durumu oranlanmıştır. Mevcut öğrencilerden 143 tanesi kız öğrenci olup geriye kalan 193 tanesi erkek öğrencidir. Kız öğrencilerin oranı %43,24 ve erkek öğrencilerin oranı %56,76'dır. Bu oranlar Şekil 5.3'te gösterilmiştir.



Şekil 5.3 : Mevcut öğrencilerin cinsiyet oranları.

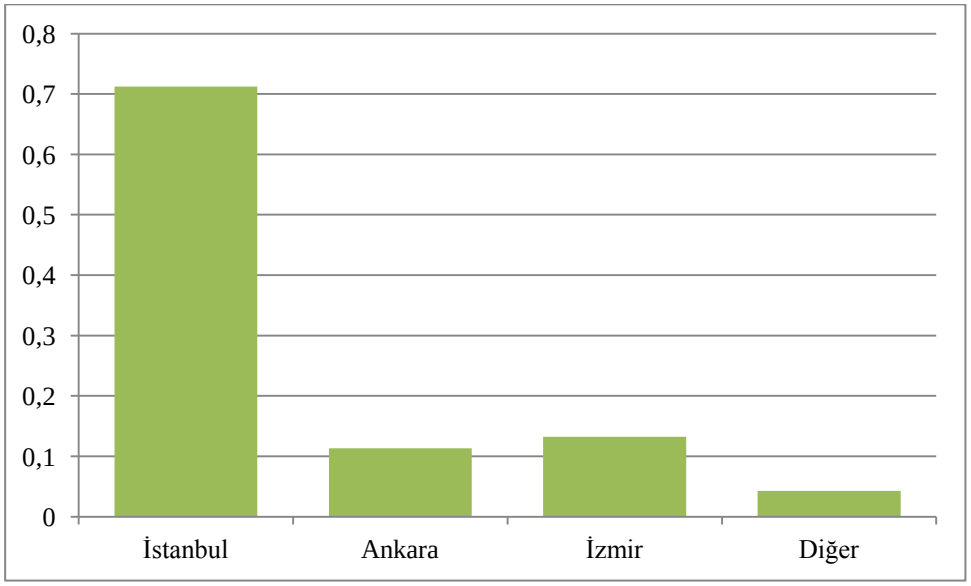
Aday ve mevcut öğrenciler üniversitelerin potansiyel müşterisi gibi kabul edildiğinden ikisi bir arada düşünülmüştür ve bunların toplam değerleri Şekil 5.4'te gösterilmiştir. Kızların toplamdaki oranı %42,27, erkeklerin toplamdaki oranı

%54,71 ve belirtmeyen öğrencilerin oranını gösteren %3,02 Şekil 5.4'te görülmektedir.



Şekil 5.4 : Aday ve mevcut öğrencilerin cinsiyet oranları.

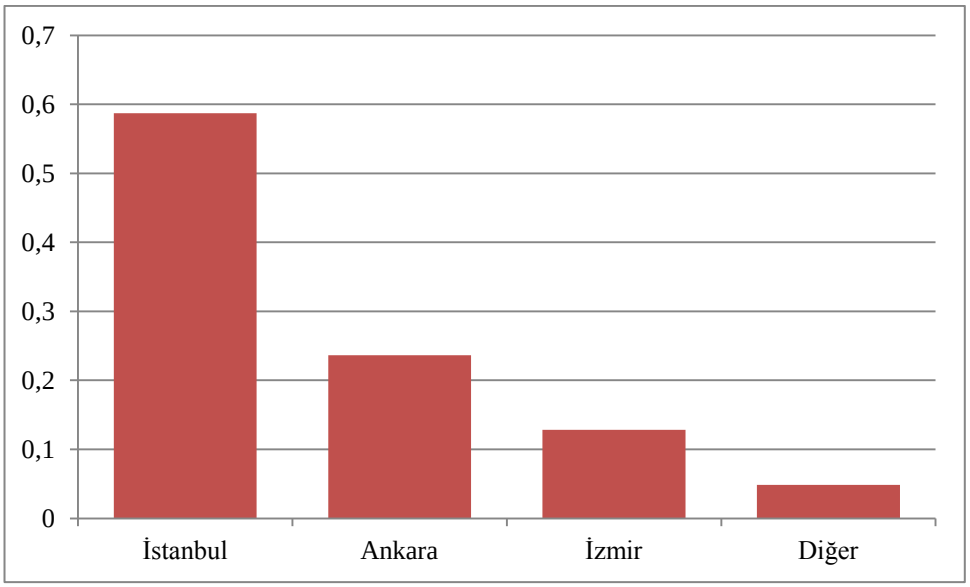
Demografik bilgilerde cinsiyet sorusundan ayrıca öğrencilerin ikamet ettiği şehirleri öğrenmek amacıyla sorulan soru yer almaktadır. Bu soruya göre aday öğrencilerden 154 kişi İstanbul'da, 24 kişi Ankara'da, 28 kişi İzmir'de ve 9 kişi diğer illerde ikamet etmektedir. Bunların oranları ise ; %71,12 İstanbul, %11,32 Ankara, %13,21 İzmir ve %4,24 diğer illere olacak şekilde dağılmıştır ve gösterimi Şekil 5.5'te yer almaktadır.



Şekil 5.5 : Aday öğrencilerin ikamet durumu.

Bu grafik dikkate alındığında İstanbul ilinde ikamet eden öğrencilerin sayısı diğer illere oranla oldukça fazladır ve örneklemin bu noktada diğer iller için genişletilmesi daha objektif sonuçların oluşmasını sağlayacaktır.

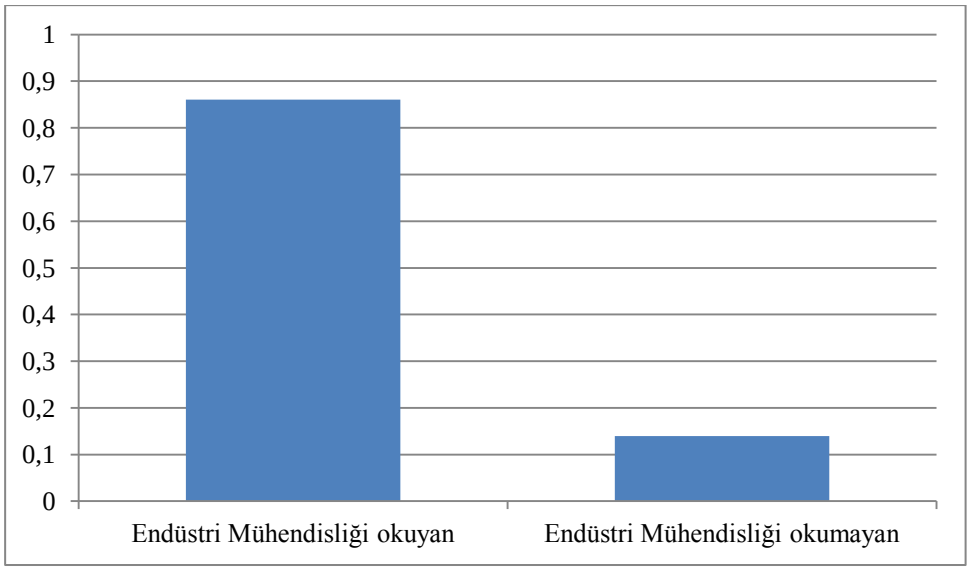
351 mevcut öğrenciden 206 kişi İstanbul'da ikamet etmekte olduğundan %58,69'luk bir orana sahiptir. 83 kişi Ankara'da ikamet etmekte ve %23,65'lik orana sahip olmaktadır. İzmirde ikamet ettiğini belirten 43 kişi için %12,82'lik bir oran bulunmakta ve 17 kişi ile diğer iller %4,84'lük orana sahiptir. Bu oranları gösteren grafik Şekil 5.6'da gösterilmiştir.



Şekil 5.6 : Mevcut öğrencilerin ikamet durumu.

Ankette yer alan bir diğer demografik bilgi, öğrencilerin endüstri mühendisliği tercihi yapmak isteyip istemedikleri ve mevcut öğrenciler içerisinde endüstri mühendisliğinde okuyan öğrenci sayısını bulmaya yönelik bilgilerin olmasıdır. Bu kapsamda aday öğrenciler mühendislik tercihi yapabilecek sayısal öğrencilerden seçilmiş olup, içlerinde endüstri mühendisliğini seçmek istemeyen adaylar elenerek 212 kişilik örnekleme dahil edilmemiştir. Bu kapsamda tüm aday öğrenciler endüstri mühendisliğini tercih etme potansiyeli olan öğrencilerdir.

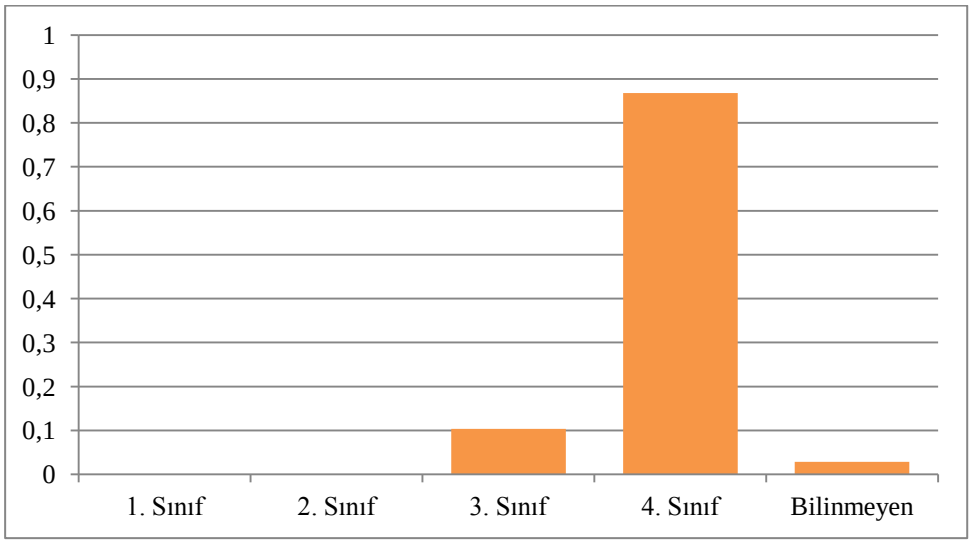
Bunların yanında mevcut öğrenciler örnekleminde diğer mühendislik dallarında okuyan öğrencilerin görüşü alınmıştır ve onların algıları da üniversitede okuyan diğer endüstri mühendislik öğrencileriyle birlikte değerlendirilmiştir. Ancak bu oranın endüstri mühendisliğinde okuyan öğrencilere oranla oldukça düşük olduğu Şekil 5.7'de görülmektedir.



Şekil 5.7 : Mevcut öğrencilerin endüstri mühendisliğinde okuma durumu.

Mevcut öğrencilerden 12 kişi endüstri mühendisliğinde okuyup- okumama durumu belirtmemiştir. Geriye kalan 351 mevcut öğrenciden yalnızca 49'u endüstri mühendisliği öğrencisi değildir ve bunların oranı %13,97'dir. 302 öğrenci ise endüstri mühendisliğinde okumaktadır.

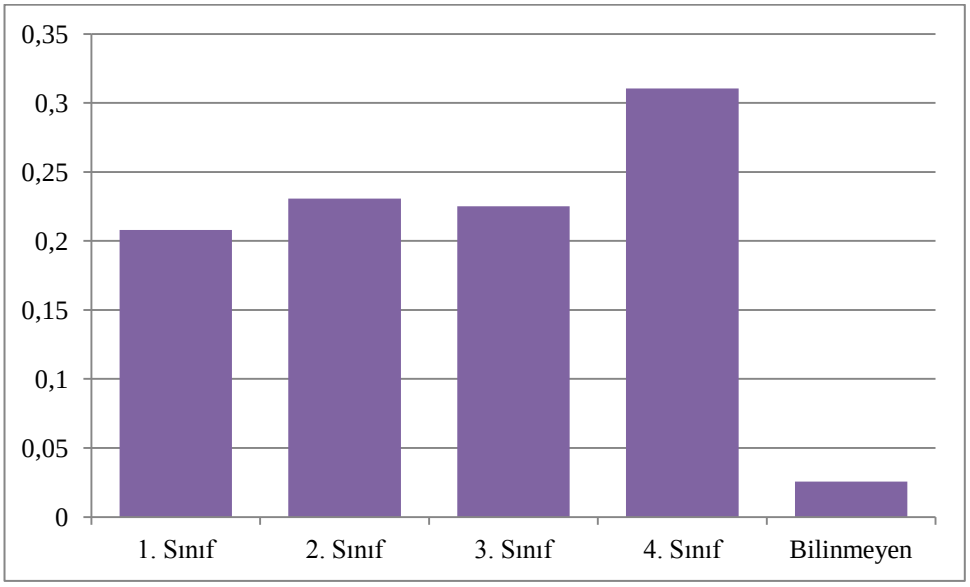
Aday ve mevcut öğrencilerin profillerini belirleyebilmek adına ankette demografik olarak öğrenilen bir diğer bilgi öğrencilerin kaçıncı sınıfta olduklarıdır. Aday öğrenciler için lise 3 ve lise 4'teki öğrenciler bulunmaktadır, bunların sayıları sırasıyla; 22 ve 184'tür. 212 kişiden oluşan aday öğrenci örneklemindeki 6 kişi sınıfını belirtmemiştir. Bunların oransal gösterimi Şekil 5.8'de görülmektedir.



Şekil 5.8 : Aday öğrencilerin sınıf dağılımları.

Lise 3'te okuyan öğrencilerin oranı %10,38, Lise 4 öğrencilerinin oranı %86,79 ve hangi sınıfta okuduğunu belirtmeyen öğrencilerin oranı %2,83'tür.

Aynı hesaplamalar üniversite öğrencileri için de yapılmıştır. Mevcut 351 öğrenciden 1. Sınıf ve 3. Sınıf öğrencisi olarak anketi dolduran 79'ar kişi %20,8'erlik orana sahiptir. 2. Sınıf öğrencisi olan 81 kişi %23,08'lik oranı teşkil etmektedir. 109 kişinin 4. Sınıf öğrencisi olarak katıldığı anketin oranı %31,05'tir. Sınıfını belirtmeyen 9 kişinin oranı ise %2,56'dır. Bu oranları gösteren grafik Şekil 5.9'da gösterilmiştir.



Şekil 5.9 : Mevcut öğrencilerin sınıf dağılımları.

Demografik bilgilerin yanında uygunluk analizi için anket soruları bulunmaktadır. Aday öğrencilerin ve üniversitede okuyan mevcut öğrencilerin algıları anket sorularına verdikleri cevaplar toplanarak elde edilmiştir. Bu yolla frekans değerleri hesaplanmıştır. Anket sorularının hepsi olumlu soru olduğundan herhangi bir değişiklik yapmaya gerek kalmamıştır.

SPSS programına girilen frekans değerleri sonucunda Çizelge 5.1'deki uygunluk tablosu elde edilmiştir. Kriterlerin algısal haritada karışık görüntüye neden olmaması adına numaralandırılmıştır. Numaralandırmalara karşılık gelen kriterler Ek C.1'de verilmiştir.

Çizelge 5.1'e bakıldığında üniversitenin ünü kriteri; öğrenciler tarafından hayallerindeki üniversite için üniversite ünü 563 kişiden 239 kişinin, Bilkent Üniversitesi için 301 kişinin, Boğaziçi Üniversitesi için 446 kişinin, İstanbul Teknik

Üniversitesi için 381 kişinin, Orta Doğu Teknik Üniversitesi için 396 kişinin ve Yıldız Teknik Üniversitesi için de 141 kişinin işaretlediği sonucu çıkarılır.

Çizelge 5.1 : Aday ve mevcut öğrenciler için uygunluk tablosu.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Üniversitenin ünü	239	301	446	381	396	141	1904
Eğitim- öğretim kalitesi	282	222	352	336	346	100	1638
Eğitim maliyeti	235	26	242	332	314	261	1410
Aile tavsiyesi	154	169	367	295	310	145	1440
Arkadaş tavsiyesi	215	196	354	312	284	116	1477
Motive edicilik	249	171	296	278	285	110	1389
Şehir	162	110	410	412	148	349	1591
Şehir lokasyonu	179	85	348	275	177	199	1263
Genel olanaklar	263	243	298	289	268	144	1505
İş bulabilme	292	317	433	366	393	216	2017
Öğretim elemanı kalitesi	220	232	334	298	305	104	1493
EM ünü	261	173	312	298	301	93	1438
Burs	224	225	234	198	232	82	1195
Düşük harç	242	21	112	202	142	212	931
Barınma	168	166	232	257	279	200	1302
Kütüphane	261	246	288	350	300	120	1565
Öğretim elemanı ilişkileri	258	127	166	239	205	111	1106
Kariyer	281	259	341	301	367	119	1668
Olanakların modernliği	260	325	299	244	223	110	1461
İyi araştırmalar	330	169	301	278	273	86	1437
Eğitim-öğretim etkinliği	273	217	328	324	268	149	1559
Uzman kadro	240	187	303	312	304	106	1452
Kampüs hayatı	189	226	395	219	320	128	1477
Bilgisayar olanakları	203	282	266	234	250	119	1354
Akademik olanaklar	236	231	296	285	314	147	1509
Adil not	275	126	157	163	192	114	1027
Kültürel olanaklar	220	203	391	269	310	151	1544
Ders içerikleri	285	116	287	298	234	118	1338
Şehir sosyal hayatı	287	160	437	414	196	365	1859
Danışmanlık	260	149	228	248	164	117	1166
Spor olanakları	220	177	271	229	222	124	1243
Öğrenci odaklılık	253	161	213	156	180	114	1077
EM branşları	271	138	274	221	220	119	1243
Üniversite-sanayi işbirliği	225	136	166	275	224	150	1176
Çevrenin etkisi	240	232	425	375	352	130	1754
Köklü EM	190	52	261	338	284	76	1201
Dünya sıralaması	231	168	241	207	226	30	1103
Mezun maaşı	309	208	351	265	263	94	1490
Barınma maliyeti	230	29	163	187	228	182	1019

Çizelge 5.1 (devam): Aday ve mevcut öğrenciler için uygunluk tablosu.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Ulaşım imkanı	225	117	226	306	194	257	1325
Ders çeşitliliği	268	194	244	266	222	116	1310
Odalarla bağlantı	235	127	166	240	200	135	1103
Öğretim elemanının ünü	207	152	298	288	203	80	1228
Yurtdışında çalışma	294	329	414	326	322	119	1804
Mezun memnuniyeti	271	244	320	292	316	135	1578
Sağlık olanakları	214	207	186	202	226	112	1147
Program esnekliği	285	122	112	216	148	117	1000
Yabancı dil	247	334	396	203	298	69	1547
Üniversite kalitesi	279	264	359	329	396	121	1748
Uluslar arası kabul	296	290	329	241	296	69	1521
Türkiye sırası	213	200	394	351	338	111	1607
Toplam	12446	9561	15062	14220	13458	6992	71739

Çizelge 5.1'deki en büyük değer üniversitenin ünü kriteri için Boğaziçi Üniversitesi olurken, en küçük değer de düşük harç ile Bilkent Üniversitesi olduğu görülmektedir.

Ayrıca bu çizelgede görülen toplam (veya aktif marjin) değerleri satır için; o satırdaki kriterin tüm üniversiteleri içine alacak şekilde toplamda kaç defa işaretlendiğini gösterirken, sütun için; o sütundaki üniversitenin tüm kriterler için kaç defa işaretlendiğini gösterir. Bu toplamlar beklenen değer kullanılmasında etkilidir.

Beklenen değerin hesaplanması formülünden bahsedilecektir. Ki-kare uzaklık değerinin bulunabilmesi için beklenen değere ihtiyaç vardır. Ki-kare uzaklık değeri ise kriterler ile üniversiteler arasındaki ilişkiyi sayısal olarak ifade etmeyi sağlayacak ve yorumlamayı kolaylaştıracaktır.

Çizelge 5.2'de satır profilleri verilmiştir. Bu tabloya bakılarak her kriter için üniversiteler arasındaki dağılım oranları görülmektedir. Bunların toplamı 1,000'dir. Satır profilleri diye bahsedilen profil SPSS programında üniversitelerdir. Her kriterin toplam değerinin 1 olduğu düşünülerek oluşturulan tablonun SPSS sonuçları Çizelge 5.2'de verilmişitr. Burada arkadaş tavsiyesi kriteri için Boğaziçi Üniversitesi'nin 0,2397 lik oranla üniversiteler içinde en yüksek etkiye sahip olduğu, ardından İstanbul Teknik Üniversitesi'nin onu 0,2112'lik oranla takip ettiği görülmektedir. Aynı kriter için en düşük etkiyi 0,0785'lik oran ile Yıldız Teknik Üniversitesi'nin yaptığı görülmektedir.

Çizelge 5.2 : Aday ve mevcut öğrenciler için satır profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Üniversitenin ünü	0,1255	0,1581	0,2342	0,2001	0,2080	0,0741	1,000
Eğitim- öğretim kalitesi	0,1722	0,1355	0,2149	0,2051	0,2112	0,0611	1,000
Eğitim maliyeti	0,1667	0,0184	0,1716	0,2355	0,2227	0,1851	1,000
Aile tavsiyesi	0,1069	0,1174	0,2549	0,2049	0,2153	0,1007	1,000
Arkadaş tavsiyesi	0,1456	0,1327	0,2397	0,2112	0,1923	0,0785	1,000
Motive edicilik	0,1793	0,1231	0,2131	0,2001	0,2052	0,0792	1,000
Şehir	0,1018	0,0691	0,2577	0,2590	0,0930	0,2194	1,000
Şehir lokasyonu	0,1417	0,0673	0,2755	0,2177	0,1401	0,1576	1,000
Genel olanaklar	0,1748	0,1615	0,1980	0,1920	0,1781	0,0957	1,000
İş bulabilme	0,1448	0,1572	0,2147	0,1815	0,1948	0,1071	1,000
Öğretim elemanının kalitesi	0,1474	0,1554	0,2237	0,1996	0,2043	0,0697	1,000
EM ünü	0,1815	0,1203	0,2170	0,2072	0,2093	0,0647	1,000
Burs	0,1874	0,1883	0,1958	0,1657	0,1941	0,0686	1,000
Düşük harç	0,2599	0,0226	0,1203	0,2170	0,1525	0,2277	1,000
Barınma	0,1290	0,1275	0,1782	0,1974	0,2143	0,1536	1,000
Kütüphane	0,1668	0,1572	0,1840	0,2236	0,1917	0,0767	1,000
Öğretim elemanı ilişkileri	0,2333	0,1148	0,1501	0,2161	0,1854	0,1004	1,000
Kariyer	0,1685	0,1553	0,2044	0,1805	0,2200	0,0713	1,000
Olanakların modernliği	0,1780	0,2225	0,2047	0,1670	0,1526	0,0753	1,000
İyi araştırmalar	0,2296	0,1176	0,2095	0,1935	0,1900	0,0598	1,000
Eğitim-öğretim etkinliği	0,1751	0,1392	0,2104	0,2078	0,1719	0,0956	1,000
Uzman kadro	0,1653	0,1288	0,2087	0,2149	0,2094	0,0730	1,000
Kampüs hayatı	0,1280	0,1530	0,2674	0,1483	0,2167	0,0867	1,000
Bilgisayar olanakları	0,1499	0,2083	0,1965	0,1728	0,1846	0,0879	1,000
Akademik olanaklar	0,1564	0,1531	0,1962	0,1889	0,2081	0,0974	1,000
Adil not	0,2678	0,1227	0,1529	0,1587	0,1870	0,1110	1,000
Kültürel olanaklar	0,1425	0,1315	0,2532	0,1742	0,2008	0,0978	1,000
Ders içerikleri	0,2130	0,0867	0,2145	0,2227	0,1749	0,0882	1,000
Şehir sosyal hayatı	0,1544	0,0861	0,2351	0,2227	0,1054	0,1963	1,000
Danışmanlık	0,2230	0,1278	0,1955	0,2127	0,1407	0,1003	1,000
Spor olanakları	0,1770	0,1424	0,2180	0,1842	0,1786	0,0998	1,000
Öğrenci odaklılık	0,2349	0,1495	0,1978	0,1448	0,1671	0,1058	1,000
EM branşları	0,2180	0,1110	0,2204	0,1778	0,1770	0,0957	1,000
Üniversite-sanayi işbirliği	0,1913	0,1156	0,1412	0,2338	0,1905	0,1276	1,000
Çevrenin etkisi	0,1368	0,1323	0,2423	0,2138	0,2007	0,0741	1,000
Köklü EM	0,1582	0,0433	0,2173	0,2814	0,2365	0,0633	1,000
Dünya sıralaması	0,2094	0,1523	0,2185	0,1877	0,2049	0,0272	1,000
Mezun maaşı	0,2074	0,1396	0,2356	0,1779	0,1765	0,0631	1,000
Barınma maliyeti	0,2257	0,0285	0,1600	0,1835	0,2237	0,1786	1,000
Ulaşım imkanı	0,1698	0,0883	0,1706	0,2309	0,1464	0,1940	1,000
Ders çeşitliliği	0,2046	0,1481	0,1863	0,2031	0,1695	0,0885	1,000

Çizelge 5.2 (devam): Aday ve mevcut öğrenciler için satır profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Odalarla bağlantı	0,2131	0,1151	0,1505	0,2176	0,1813	0,1224	1,000
Öğretim elemanının ünü	0,1686	0,1238	0,2427	0,2345	0,1653	0,0651	1,000
Yurtdışında çalışma	0,1630	0,1824	0,2295	0,1807	0,1785	0,0660	1,000
Mezun memnuniyeti	0,1717	0,1546	0,2028	0,1850	0,2003	0,0856	1,000
Sağlık olanakları	0,1866	0,1805	0,1622	0,1761	0,1970	0,0976	1,000
Program esnekliği	0,2850	0,1220	0,1120	0,2160	0,1480	0,1170	1,000
Yabancı dil	0,1597	0,2159	0,2560	0,1312	0,1926	0,0446	1,000
Üniversite kalitesi	0,1596	0,1510	0,2054	0,1882	0,2265	0,0692	1,000
Uluslar arası kabul	0,1946	0,1907	0,2163	0,1584	0,1946	0,0454	1,000
Türkiye sırası	0,1325	0,1245	0,2452	0,2184	0,2103	0,0691	1,000
Kütle	0,1735	0,1333	0,2100	0,1982	0,1876	0,0975	1,000

Çizelge 5.3'teki değerler ise sütun profillerini gösterir. SPSS'te sütun profili diye bahsedilen profiller kriterlerdir. Her üniversite için değerlerin toplamı 1,000'dır. Çizelge 5.3'te görülen değerler üniversite içerisindeki kriterlerin oranlarıdır. Buna göre Yıldız Teknik Üniversitesi örnek verilecek olursa, öğretim elemanı kalitesi 0,0149'luk orana sahiptir, bunun yanı sıra aynı üniversite için en yüksek orana sahip olan şehir sosyal hayatı kriterinin oranı 0,0522'dir. Yine Yıldız Teknik Üniversitesi için 0,0043'lük oran ile en düşük orana sahip olan kriter dünya sıralaması kriteridir. Bu üç değer için yapılacak yorum ise, şehrin sosyal hayatı Yıldız Teknik Üniversitesi'nin tercih edilmesinde öğretim elemanı kalitesi kriteri ve dünya sıralaması kriterinden daha çok oranla etkilidir.

Çizelge 5.3 : Aday ve mevcut öğrenciler için sütun profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Kütle
Üniversitenin ünü	0,0192	0,0315	0,0296	0,0268	0,0294	0,0202	0,0265
Eğitim- öğretim kalitesi	0,0227	0,0232	0,0234	0,0236	0,0257	0,0143	0,0228
Eğitim maliyeti	0,0189	0,0027	0,0161	0,0233	0,0233	0,0373	0,0197
Aile tavsiyesi	0,0124	0,0177	0,0244	0,0207	0,0230	0,0207	0,0201
Arkadaş tavsiyesi	0,0173	0,0205	0,0235	0,0219	0,0211	0,0166	0,0206
Motive edicilik	0,0200	0,0179	0,0197	0,0195	0,0212	0,0157	0,0194
Şehir	0,0130	0,0115	0,0272	0,0290	0,0110	0,0499	0,0222
Şehir lokasyonu	0,0144	0,0089	0,0231	0,0193	0,0132	0,0285	0,0176
Genel olanaklar	0,0211	0,0254	0,0198	0,0203	0,0199	0,0206	0,0210
İş bulabilme	0,0235	0,0332	0,0287	0,0257	0,0292	0,0309	0,0281
Öğretim elemanının kalitesi	0,0177	0,0243	0,0222	0,0210	0,0227	0,0149	0,0208

Çizelge 5.3 (devam): Aday ve mevcut öğrenciler için sütun profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Kütle
EM ünü	0,0210	0,0181	0,0207	0,0210	0,0224	0,0133	0,0200
Burs	0,0180	0,0235	0,0155	0,0139	0,0172	0,0117	0,0167
Düşük harç	0,0194	0,0022	0,0074	0,0142	0,0106	0,0303	0,0130
Barınma	0,0135	0,0174	0,0154	0,0181	0,0207	0,0286	0,0181
Kütüphane	0,0210	0,0257	0,0191	0,0246	0,0223	0,0172	0,0218
Öğretim elemanı ilişkileri	0,0207	0,0133	0,0110	0,0168	0,0152	0,0159	0,0154
Kariyer	0,0226	0,0271	0,0226	0,0212	0,0273	0,0170	0,0233
Olanakların modernliği	0,0209	0,0340	0,0199	0,0172	0,0166	0,0157	0,0204
İyi araştırmalar	0,0265	0,0177	0,0200	0,0195	0,0203	0,0123	0,0200
Eğitim-öğretim etkinliği	0,0219	0,0227	0,0218	0,0228	0,0199	0,0213	0,0217
Uzman kadro	0,0193	0,0196	0,0201	0,0219	0,0226	0,0152	0,0202
Kampüs hayatı	0,0152	0,0236	0,0262	0,0154	0,0238	0,0183	0,0206
Bilgisayar olanakları	0,0163	0,0295	0,0177	0,0165	0,0186	0,0170	0,0189
Akademik olanaklar	0,0190	0,0242	0,0197	0,0200	0,0233	0,0210	0,0210
Adil not	0,0221	0,0132	0,0104	0,0115	0,0143	0,0163	0,0143
Kültürel olanaklar	0,0177	0,0212	0,0260	0,0189	0,0230	0,0216	0,0215
Ders içerikleri	0,0229	0,0121	0,0191	0,0210	0,0174	0,0169	0,0187
Şehir sosyal hayatı	0,0231	0,0167	0,0290	0,0291	0,0146	0,0522	0,0259
Danışmanlık	0,0209	0,0156	0,0151	0,0174	0,0122	0,0167	0,0163
Spor olanakları	0,0177	0,0185	0,0180	0,0161	0,0165	0,0177	0,0173
Öğrenci odaklılık	0,0203	0,0168	0,0141	0,0110	0,0134	0,0163	0,0150
EM branşları	0,0218	0,0144	0,0182	0,0155	0,0163	0,0170	0,0173
Üniversite-sanayi işbirliği	0,0181	0,0142	0,0110	0,0193	0,0166	0,0215	0,0164
Çevrenin etkisi	0,0193	0,0243	0,0282	0,0264	0,0262	0,0186	0,0244
Köklü EM	0,0153	0,0054	0,0173	0,0238	0,0211	0,0109	0,0167
Dünya sıralaması	0,0186	0,0176	0,0160	0,0146	0,0168	0,0043	0,0154
Mezun maaşı	0,0248	0,0218	0,0233	0,0186	0,0195	0,0134	0,0208
Barınma maliyeti	0,0185	0,0030	0,0108	0,0132	0,0169	0,0260	0,0142
Ulaşım imkanı	0,0181	0,0122	0,0150	0,0215	0,0144	0,0368	0,0185
Ders çeşitliliği	0,0215	0,0203	0,0162	0,0187	0,0165	0,0166	0,0183
Odalarla bağlantı	0,0189	0,0133	0,0110	0,0169	0,0149	0,0193	0,0154
Öğretim elemanının ünü	0,0166	0,0159	0,0198	0,0203	0,0151	0,0114	0,0171
Yurtdışında çalışma	0,0236	0,0344	0,0275	0,0229	0,0239	0,0170	0,0251
Mezun memnuniyeti	0,0218	0,0255	0,0212	0,0205	0,0235	0,0193	0,0220
Sağlık olanakları	0,0172	0,0217	0,0123	0,0142	0,0168	0,0160	0,0160
Program esnekliği	0,0229	0,0128	0,0074	0,0152	0,0110	0,0167	0,0139
Yabancı dil	0,0198	0,0349	0,0263	0,0143	0,0221	0,0099	0,0216
Üniversite kalitesi	0,0224	0,0276	0,0238	0,0231	0,0294	0,0173	0,0244
Uluslar arası kabul	0,0238	0,0303	0,0218	0,0169	0,0220	0,0099	0,0212
Türkiye sırası	0,0171	0,0209	0,0262	0,0247	0,0251	0,0159	0,0224
Toplam	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000

Benzer şekilde üniversitenin tercih edilmesinde öğretim elemanı kalitesi Yıldız Teknik Üniversitesi için dünya sıralamasından daha fazla orana sahip olduğu için daha çok oranla tercihi etkiler.

Uygunluk analizinin özet tablosu Çizelge 5.4'te gösterilmiştir. Bu tablo boyut sayısını belirlemede yardımcı olur. Bu tablodaki a.; 250 serbestlik derecesini gösterir. Ayrıca boyut için en fazla 5 boyutun olması dikkat çekmektedir. Beş boyutlu analiz tüm değerleri %100 açıklamaktadır. Bu durumu aşağıdaki formül açıklamaktadır.

$$\text{En büyük boyut sayısı} = \text{Enk}(\text{Satır sayısı}; \text{Sütun sayısı}) - 1 \qquad \textbf{(5.1)}$$

Bu formül kullanılarak 51 satır ve 6 sütun değerlerinden küçük değer olan 6'dan 1 çıkarılarak en büyük boyut sayısı 5 olarak bulunmuştur (Hair ve diğerleri, 2006). Ama bu ifade boyut sayısının illaki en büyük değer olması gerektiğini göstermez.

Çizelge 5.4 : Aday ve mevcut öğrenci için özet tablo.

Boyut	Öz Değer	Moment	Ki-Kare	Sig.	Momentin Payı		Öz Değere Güven	
					Değer	Birikimli Toplam	Standart Sapma	Korelasyon
								2
1	0,1752	0,0307			0,5573	0,5573	0,0039	-0,0137
2	0,1058	0,0112			0,2033	0,7606	0,0037	
3	0,0857	0,0073			0,1332	0,8938		
4	0,0596	0,0036			0,0645	0,9582		
5	0,0480	0,0023			0,0418	1,0000		
Toplam		0,0551	3953,22	0,000[a]	1,0000	1,0000		

Boyut sayısı arttıkça analizdeki karmaşıklık artacaktır ve yorumlamak zorlaşacaktır (Hair ve diğerleri, 2006). Bu yüzden uygun olan boyutu bulmak önemlidir. Birikimli toplam değerine baktığımızda bir boyutlu analiz için verilerin %55,73 açıklanabilmektedir, buna ikinci bir boyut eklenirse verilerin %76,06'sı açıklanabilecektir. Bu iki boyut arasında açıklanabilirlik yüzde 20,33 artarken 3. boyut eklendiğinde yalnızca yüzde 13,32'lik bir artış olacaktır. Bu durum karmaşıklığı artıracağı için 3.boyut eklenmeden analiz yapılacaktır. %76,06 verilen 2/3'den fazlasını açıklamayı içerisine aldığı için anlamlıdır ve üç boyuta gore daha az karmaşıktır. Bu sebepten analiz iki boyutlu yapılmıştır.

Simetrik normalleştirme ile yapılan satır noktalarına genel bakışın tablosu Çizelge 5.5'tir. Bu tabloda boyut değerleri diye bahsedilen sayılar, her bir kriterin algısal haritadaki koordinatlarını yani yerini belirten değerlerdir. Kütle diye bahsedilen

sütun ise kriterlerin tüm kriterler içindeki oranını göstermektedir. Bu değerler Çizelge 5.3'ün kütle sütunundaki değerlerle aynıdır.

Çizelge 5.5'te göze çarpan bir diğer ifade de etki sütunlarıdır. Burada etki iki ayrı şekilde ifade edilmiştir. Birincisi; noktanın boyuta etkisi ve ikincisi de boyutun noktaya etkisidir.

Çizelge 5.5 : Aday ve mevcut öğrenci için satır noktalarına genel bakış.

Kriterler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
					Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
		1	2		1	2	1	2	Toplam
1	0,0265	-0,2747	0,3543	0,0008	0,0114	0,0315	0,4632	0,4656	0,9288
2	0,0228	-0,2384	-0,0088	0,0004	0,0074	0,0000	0,5861	0,0005	0,5866
3	0,0197	0,9697	0,0076	0,0039	0,1055	0,0000	0,8297	0,0000	0,8297
4	0,0201	0,0131	0,5735	0,0008	0,0000	0,0624	0,0007	0,8401	0,8408
5	0,0206	-0,1226	0,2690	0,0003	0,0018	0,0141	0,1974	0,5738	0,7712
6	0,0194	-0,0835	-0,0423	0,0001	0,0008	0,0003	0,1999	0,0311	0,2310
7	0,0222	1,0649	0,7899	0,0064	0,1435	0,1307	0,6851	0,2277	0,9127
8	0,0176	0,6173	0,5198	0,0019	0,0383	0,0449	0,6074	0,2601	0,8675
9	0,0210	-0,1062	-0,0577	0,0002	0,0013	0,0007	0,2683	0,0479	0,3162
10	0,0281	-0,0715	0,1873	0,0003	0,0008	0,0093	0,0759	0,3151	0,3910
11	0,0208	-0,2746	0,1792	0,0004	0,0090	0,0063	0,7369	0,1894	0,9264
12	0,0200	-0,1547	-0,0516	0,0003	0,0027	0,0005	0,2649	0,0178	0,2827
13	0,0167	-0,4061	-0,1904	0,0006	0,0157	0,0057	0,7433	0,0987	0,8420
14	0,0130	1,3060	-0,7065	0,0046	0,1263	0,0612	0,8402	0,1485	0,9887
15	0,0181	0,3273	0,2002	0,0010	0,0111	0,0069	0,3569	0,0807	0,4375
16	0,0218	-0,1699	-0,0618	0,0003	0,0036	0,0008	0,3257	0,0260	0,3517
17	0,0154	0,1623	-0,5692	0,0006	0,0023	0,0472	0,1101	0,8176	0,9277
18	0,0233	-0,2853	-0,0340	0,0004	0,0108	0,0003	0,7871	0,0068	0,7938
19	0,0204	-0,4606	-0,0871	0,0016	0,0247	0,0015	0,4866	0,0105	0,4971
20	0,0200	-0,1520	-0,3809	0,0007	0,0026	0,0275	0,1168	0,4428	0,5596
21	0,0217	-0,0059	-0,0013	0,0000	0,0000	0,0000	0,0030	0,0001	0,0030
22	0,0202	-0,1284	0,0282	0,0002	0,0019	0,0002	0,2722	0,0079	0,2801
23	0,0206	-0,2725	0,4408	0,0010	0,0087	0,0378	0,2661	0,4206	0,6867
24	0,0189	-0,3619	0,0630	0,0010	0,0141	0,0007	0,4543	0,0083	0,4626
25	0,0210	-0,1021	0,0412	0,0002	0,0013	0,0003	0,2225	0,0219	0,2444
26	0,0143	0,1325	-0,7952	0,0011	0,0014	0,0855	0,0398	0,8652	0,9050
27	0,0215	-0,0679	0,3315	0,0004	0,0006	0,0223	0,0441	0,6351	0,6792
28	0,0187	0,1704	-0,2106	0,0006	0,0031	0,0078	0,1687	0,1557	0,3244
29	0,0259	0,8406	0,3384	0,0042	0,1045	0,0280	0,7685	0,0752	0,8437
30	0,0163	0,1234	-0,3324	0,0005	0,0014	0,0170	0,0945	0,4144	0,5090

Çizelge 5.5 (devam): Aday ve mevcut öğrenci için satır noktalarına genel bakış.

Kriterler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
		1	2		Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
					1	2	1	2	Toplam
31	0,0173	-0,0325	0,0032	0,0000	0,0001	0,0000	0,0749	0,0004	0,0754
32	0,0150	-0,0311	-0,4408	0,0006	0,0001	0,0276	0,0041	0,4926	0,4966
33	0,0173	0,0652	-0,2423	0,0003	0,0004	0,0096	0,0405	0,3375	0,3781
34	0,0164	0,3271	-0,3117	0,0007	0,0100	0,0150	0,4418	0,2423	0,6841
35	0,0244	-0,1560	0,3276	0,0005	0,0034	0,0248	0,2082	0,5549	0,7632
36	0,0167	0,1804	0,1367	0,0020	0,0031	0,0030	0,0468	0,0162	0,0630
37	0,0154	-0,5042	-0,2649	0,0010	0,0223	0,0102	0,7034	0,1173	0,8207
38	0,0208	-0,2428	-0,1546	0,0005	0,0070	0,0047	0,4147	0,1015	0,5161
39	0,0142	0,8548	-0,4340	0,0026	0,0592	0,0253	0,6896	0,1074	0,7970
40	0,0185	0,8313	0,0001	0,0024	0,0728	0,0000	0,9131	0,0000	0,9131
41	0,0183	-0,0605	-0,2796	0,0002	0,0004	0,0135	0,0510	0,6578	0,7088
42	0,0154	0,2890	-0,4223	0,0006	0,0073	0,0259	0,3977	0,5128	0,9105
43	0,0171	-0,1080	0,1484	0,0004	0,0011	0,0036	0,0788	0,0899	0,1687
44	0,0251	-0,3933	0,0935	0,0008	0,0222	0,0021	0,8285	0,0283	0,8568
45	0,0220	-0,1734	-0,0396	0,0002	0,0038	0,0003	0,7672	0,0242	0,7914
46	0,0160	-0,1785	-0,2757	0,0005	0,0029	0,0115	0,1772	0,2553	0,4325
47	0,0139	0,3064	-1,0019	0,0018	0,0075	0,1322	0,1244	0,8037	0,9282
48	0,0216	-0,7328	0,1552	0,0025	0,0661	0,0049	0,8265	0,0224	0,8489
49	0,0244	-0,2819	0,0251	0,0005	0,0111	0,0001	0,6844	0,0033	0,6876
50	0,0212	-0,5696	-0,1849	0,0013	0,0393	0,0068	0,8946	0,0569	0,9515
51	0,0224	-0,1630	0,3610	0,0007	0,0034	0,0276	0,1592	0,4718	0,6310
Toplam	1,0000			0,0551	1,0000	1,0000			

Noktanın boyuta etkisi sütunundaki değerlere bakıldığında en büyük iki değer işaretlenir, bu iki değerin toplamı ilgili boyutun bu iki kriter arasında yüzdelik olarak ne kadarını ifade ettiğini gösterir.

Bu tabloya göre kriter 7 olan "şehir" ve kriter 14 ile belirtilen "düşük harç" değerleri 1. boyut için en büyük iki değerdir ve toplamları yüzde 26,98'dir. Bu iki kriter arası 1. boyuttaki değerlerin yüzde 26,98'ini karşılıyor anlamına gelmektedir.

Benzer şekilde, kriter 7 olan "şehir" ve kriter 47 olan "program esnekliği" değerleri 2. boyut için en büyük iki değerdir. Bunların toplamı yüzde 26,29'dur. Bu iki kriter arası 2. boyuttaki değerlerin yüzde 26,29'unu kapsıyor anlamına gelir. 1. boyut ve 2. boyut için değerlerin az bir oranla yorumlanıyor olması(yaklaşık yüzde 26-27) kriter sayısının fazlalığından kaynaklanmaktadır.

Bu tabloda bir diğer göze çarpan ve önemli görülecek nokta ise boyutun noktaya etkisi sütunudur. Burada belirtilen değerler birinci ve ikinci boyut için ayrı ayrı belirtilmiş ve bunların toplam değeri toplam sütununun altında gösterilmiştir. Birinci ve ikinci boyut değerlerinden büyük olan belirlenir ve böylece her kriterin yer alacağı boyut belirlenmiş olur.

Buna göre; eğitim-öğretim kalitesi, eğitim maliyeti, motive edicilik, şehir, şehir lokasyonu, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, burs, düşük harç, barınma, kütüphane, kariyer, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, spor olanakları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, yurt dışında çalışma, mezun memnuniyeti, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslararası kabul gibi kriterlere 1. boyutun daha çok etkilediğini gösterir.

Üniversite ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, iş bulabilme, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, kampus hayatı, adil notlandırma, kültürel olanaklar, danışmanlık, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, sağlık olanakları, program esnekliği, Türkiye sıralaması gibi kriterlere de 2. boyutun daha çok etki yaptığını göstermektedir.

Benzer bir tablo olan Çizelge 5.6 kriterler yerine üniversiteleri baz alarak benzer yorumları yapabilmemizi sağlar.

Çizelge 5.6 : Aday ve mevcut öğrenciler için sütun noktalarına genel bakış.

Üniversiteler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
					Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
		1	2		1	2	1	2	Toplam
HAYAL	0,1735	0,0416	-0,6316	0,0079	0,0017	0,6539	0,0067	0,9249	0,9316
BIL	0,1333	-0,6623	0,0033	0,0137	0,3336	0,0000	0,7477	0,0000	0,7477
BOU	0,2100	-0,1134	0,4036	0,0055	0,0154	0,3231	0,0867	0,6635	0,7502
ITU	0,1982	0,2024	0,0775	0,0038	0,0463	0,0113	0,3702	0,0328	0,4030
ODTU	0,1876	-0,1801	-0,0099	0,0046	0,0347	0,0002	0,2299	0,0004	0,2303
YTU	0,0975	1,0107	0,1118	0,0195	0,5682	0,0115	0,8928	0,0066	0,8994
Toplam	1,0000			0,0551	1,0000	1,0000			

Çizelge 5.6'da boyuttaki değerler olarak verilen sayılar algısal harita düzlemi üzerindeki üniversitelerin yerini belirler. Buradaki noktalar ayrı bir algısal harita

oluşturabileceği gibi aynı algısal haritada bulunabilmeyi sağlar. Zaten uygunluk analizinin en önemli özelliklerinden biri satırlar(kriterler) ile sütunları(üniversiteleri) aynı çatıda ve aynı algısal haritada birleştirebiliyor olmasıdır(Hair ve diğerleri, 2006).

Noktanın boyuta etkisi sütunundaki değerlerden en büyük iki değer bulunur. 1. boyut için en büyük iki değer; 0,5682 ile Yıldız Teknik Üniversitesi ve 0,3336 ile Bilkent Üniversitesi'dir. Bu iki değerin toplamı %90,18 olup, 1. boyut için Yıldız Teknik Üniversitesi ile Bilkent Üniversitesi arasındaki noktaları %90,18 oranında açıklanabilmektedir. Bu iki noktadan biri boyutun bir ucunu diğeri de diğer ucunu temsil etmektedir.

Hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesinin 2. boyuttaki değerleri sırasıyla; 0,6539 ve 0,3231'dir ve en büyük iki değerdir. Bu değerler hayal edilen üniversite ile Boğaziçi Üniversitesi'nin 2. boyutta uç noktalarda olduğunu gösterir ve toplam değeri olan yüzde 97,70 oranıyla 2. boyutun bu aralıkta açıklanabildiğini belirtir.

Boyutun noktaya etkisi sütunundaki değerlerde tablodaki her satır(her üniversite) için birinci ve ikinci boyuttaki en büyük değer alınır. Böylece her üniversitenin yer alacağı boyut belirlenmiş olur. En büyük değerlere bakıldığında Bilkent Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'ne 1. boyutun daha çok katkı yaptığı görülür. Hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesi'ne ise 2. boyutun daha çok etki yaptığı tabloya bakıldığında anlaşılmaktadır.

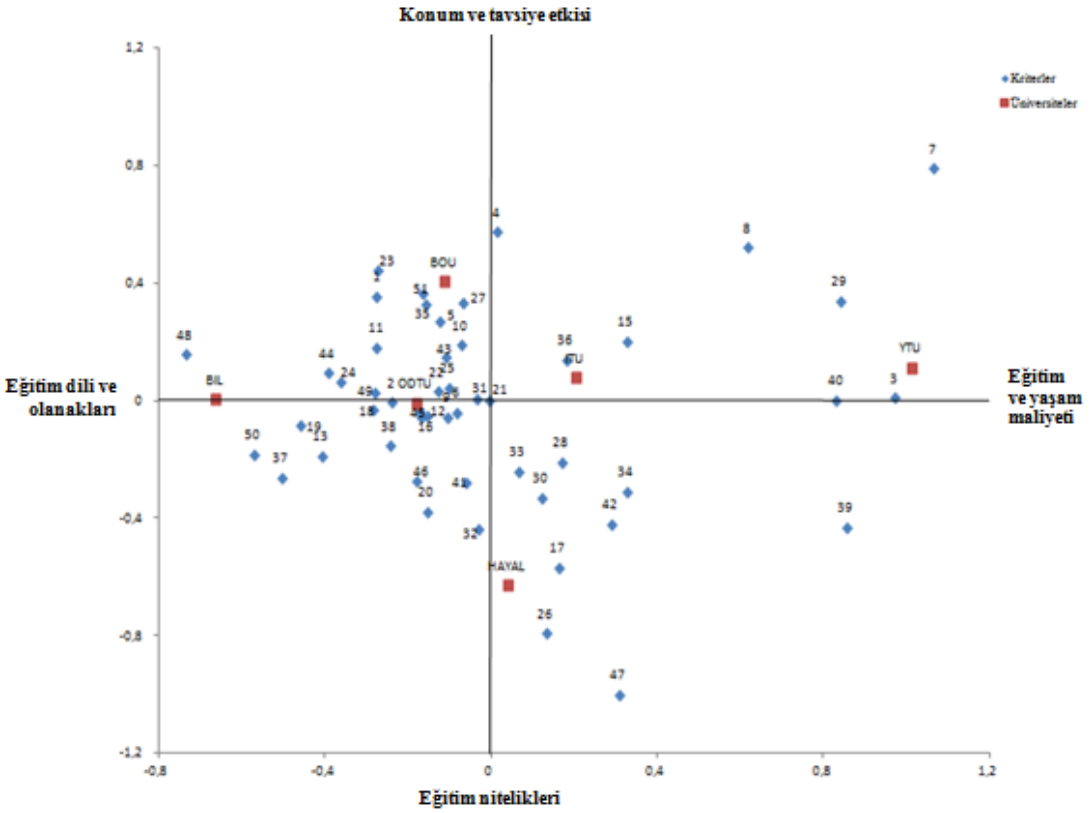
Tüm bu tablo açıklamalarından sonra Şekil 5.10 bakıldığında aday ve mevcut öğrencilerin algısal haritası görülecektir. Algısal haritadaki bu noktalara karşılık gelen kriterler ise Çizelge 5.7'de gösterilmiştir.

Şekil 5.10'daki algısal haritada eksenlerin adlandırıldığı görülmektedir. Buradaki yatay eksenler pozitif değerde eğitim ve yaşam maliyeti, negatif değerde eğitim dili ve olanakları ile, düşey eksenler ise pozitif değerde konum ve tavsiye etkisi, negatif değerde eğitim nitelikleri ile adlandırılmıştır. Eksenler o eksene yakın olan kriter veya kriterler ile adlandırılır. 48 ile numaralandırılmış olan yabancı dil kriteri yatay eksene ve negatif tarafa yakın olan kriterdir. Eğitim maliyeti (kriter 3) ise yatay eksenin pozitif tarafını ifade ettiği Şekil 5.10'a bakıldığında anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.7 : Algısal haritadaki numaralandırmalara karşılık gelen kriterler.

1	Üniversitenin ünü	14	Düşük harç	27	Kültürel olanaklar	40	Ulaşım imkanı
2	Eğitim öğretim kalitesi	15	Barınma	28	Ders içerikleri	41	Ders çeşitliliği
3	Eğitim maliyeti	16	Kütüphane	29	Şehir sosyal hayatı	42	Odalarla bağlantı
4	Aile tavsiyesi	17	Öğretim üyesi ilişkileri	30	Danışmanlık	43	Öğretim üyelerinin ünü
5	Arkadaş tavsiyesi	18	Kariyer	31	Spor olanakları	44	Yurtdışında çalışma
6	Motive edicilik	19	Olanakların modernliği	32	Öğrenci odaklılık	45	Mezun memnuniyeti
7	Şehir	20	İyi araştırmalar	33	EM Branşları	46	Sağlık olanakları
8	Şehir lokasyonu	21	Eğitim-öğretim etkinliği	34	Üniversite- sanayi işbirliği	47	Program esnekliği
9	Genel olanaklar	22	Uzman kadro	35	Çevrenin etkisi	48	Yabancı dil
10	İş bulabilme	23	Kampüs hayatı	36	Köklü EM	49	Üniversite kalitesi
11	Öğretim üyesi kalitesi	24	Bilgisayar olanakları	37	Dünya sıralaması	50	Uluslar arası kabul
12	EM ünü	25	Akademik olanaklar	38	Mezun maaşı	51	Türkiye sırası
13	Burs	26	Adil not	39	Barınma maliyeti		

Benzer şekilde, şehir ile aile tavsiyesi düşey eksenin pozitif kısmında yüksek değere sahiptir. Bu yüzden düşey eksenin pozitif kısmı konum ve tavsiye etkisi olarak isimlendirilmiştir. Negatif kısım ise eğitim nitelikleri çatısı altındaki adil not, program esnekliği gibi kriterlerle ifade edilir.



Şekil 5.10 : Aday ve mevcut öğrenci için algısal harita.

Eksenlerin isimlendirilmesi ile üniversiteler ile ilgili genel bir yorumlama yapılabilinir. Buna göre; hayal edilen üniversite eğitim nitelikleri yönüyle öne çıkarken, Boğaziçi Üniversitesi konum ve tavsiyeler bakımından algılarda yer etmiş üniversitedir. Bilkent Üniversitesi aday-mevcut öğrenci algılarında eğitim dili ve olanaklarıyla öne çıkmakta iken Yıldız Teknik Üniversitesi eğitim ve yaşam maliyetine yakın üniversitedir.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi için ise özelleşmiş bir özellik yerine eksenlere yakınlıklarından dolayı iki özellik ile ifade edilebilecekleri söylenebilir. Bu üniversiteler için diğerlerinde olduğu gibi belirgin bir özellik söz konusu değildir. Buna göre; Orta Doğu Teknik Üniversitesi eğitim dili ve olanakları ile eğitim nitelikleri arasında, İstanbul Teknik Üniversitesi ise eğitim ve yaşam maliyetleri ile konum ve tavsite etkisi arasında olduğu söylenebilir.

Şekil 5.10'a bakıldığında algısal haritadaki yerlerin görsel ifadesinden ayrıca ki-kare uzaklık değer tablosu ile yorumlar doğrulanacaktır. Öncelikle ki-kare uzaklık tablosunun nasıl oluşturulduğu ile ilgili bilgi verilip, daha sonra yorumlama yapılacaktır.

Ki-kare uzaklık değeri için bilinmesi gereken temel değişkenler; gerçek değer ve beklenen değerdir. Beklenen değeri hesaplayabilmek için uygunluk tablosu(veya çapraz çizelgeleme tablosu)ndan yararlanılır. Çizelge 5.1 uygunluk tablosuna bakıldığında satır ve sütun toplam değerleri görülmektedir. Bu toplam değerler beklenen değerin bulunmasında Formül 5.2a'da görüldüğü gibi kullanılacaktır.

$$\text{Beklenen Değer} = \frac{\text{Sütun Toplam Değeri}}{\text{Genel Toplam}} * \frac{\text{Satır Toplam Değeri}}{\text{Genel Toplam}} * \text{Genel Toplam} \quad \textbf{(5.2a)}$$

Formül 5.2a'nın kısaltılmış hali ile beklenen değer Formül 5.2b ile gösterilmiştir.

$$\text{Beklenen Değer} = \frac{\text{Satır Toplam Değeri} * \text{Sütun Toplam Değeri}}{\text{Genel Toplam}} \quad \textbf{(5.2b)}$$

Bu formül kullanılarak uygunluk tablosundaki her bir hücrenin beklenen değeri excel ile hesaplanmıştır. Daha sonraki aşama ise ki-kare uzaklığının bulunmasıdır. Ki-kare uzaklığı için kullanılan formül, Formül 5.3 olarak gösterilmiştir.

$$\text{Ki} - \text{Kare Uzaklık} = \frac{(\text{Gerçek Değer} - \text{Beklenen Değer})^2}{\text{Beklenen Değer}} \quad \textbf{(5.3)}$$

Uzaklık değerleri bulunduktan sonra yapılacak son işlem uzaklığın işaretidir. Formül 5.3'te görüldüğü gibi uzaklık formülünde kare alma söz konusu olduğundan işaret pozitif olacaktır. Ancak yakınlık ve/veya uzaklığın tespit edilebilmesinin yanında noktalar arasındaki uygunluğu gösterecek etkenlerden biri işaretlemedir. Eğer gerçek değer ile beklenen değer arasındaki fark pozitif ise ki-kare uzaklık değeri pozitif olacaktır, değilse negative olacaktır(Hair ve diğerleri, 2006).

Yukarıda bahsedilen tüm formül ve bilgilerden sonra aday ve mevcut öğrenciler için ki-kare uzaklık tablosu excelde hazırlanmıştır. Çizelge 5.8'de ki-kare uzaklık değerleri görülecektir.

Çizelge 5.8 : Aday ve mevcut öğrenciler için ki-kare uzaklık tablosu.

Kriter No	Kriterler	Üniversiteler					
		HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
1	Üniversitenin ünü	-25,2486	8,7962	5,3497	0,0342	4,2182	-10,7057
2	Eğitim- öğretim kalitesi	-0,0167	0,0626	0,1904	0,3945	4,8782	-22,2850
3	Eğitim maliyeti	-0,3784	-139,5148	-9,8637	9,8662	9,2591	111,1213
4	Aile tavsiyesi	-36,7558	-2,7362	13,8304	0,3205	5,8817	0,1541
5	Arkadaş tavsiyesi	-6,6387	-0,0036	6,2135	1,2632	0,1728	-5,4286
6	Motive edicilik	0,2671	-1,0768	0,0655	0,0260	2,2901	-4,7574
7	Şehir	-47,1018	-49,1048	17,2735	29,6107	-75,8549	242,5449
8	Şehir lokasyonu	-7,3451	-41,2487	25,8705	2,4271	-15,1610	46,8017
9	Genel olanaklar	0,0138	8,9719	-1,0234	-0,2911	-0,7276	-0,0491
10	İş bulabilme	-9,5900	8,6370	0,2140	-2,8586	0,5647	1,9173
11	Öğretim üyelerinin kalitesi	-5,8783	5,4798	1,3454	0,0143	2,2169	-11,8438
12	EM ünü	0,5321	-1,8147	0,3368	0,5894	3,6168	-15,8646
13	Burs	1,3419	27,1331	-1,1379	-6,3789	0,2729	-10,2016
14	Düşük harç	40,1015	-85,6330	-35,6426	1,6517	-6,1046	162,0481
15	Barınma	-14,8331	-0,3262	-6,2585	-0,0045	4,9437	42,1108
16	Kütüphane	-0,4070	6,7152	-5,0118	5,1032	0,1400	-6,9383
17	Öğretim üyeleri ilişkileri	22,7844	-2,8238	-18,8788	1,7829	-0,0297	0,0953
18	Kariyer	-0,2427	6,0580	-0,2420	-2,6551	9,3496	-11,6774
19	Olanakların modernliği	0,1683	87,1754	-0,1956	-7,1793	-9,5193	-7,3701
20	İyi araştırmalar	26,1192	-2,6471	-0,0017	-0,1643	0,0435	-20,8637
21	Eğitim-öğretim etkinliği	0,0236	0,4095	0,0014	0,7259	-2,0462	-0,0572
22	Uzman kadro	-0,5629	-0,2193	-0,0113	2,0326	3,6681	-8,9144
23	Kampüs hayatı	-17,6466	4,3176	23,2415	-18,5875	6,6482	-1,7683
24	Bilgisayar olanakları	-4,3335	57,1424	-1,1754	-4,4060	-0,0632	-1,2741
25	Akademik olanaklar	-2,5419	4,4419	-1,3686	-0,6658	3,3765	0,0000
26	Adil not	52,6183	-0,8638	-15,9389	-8,0855	-0,0023	1,9314
27	Kültürel olanaklar	-8,5542	-0,0375	13,7769	-4,4851	1,4298	0,0018
28	Ders içerikleri	12,0419	-21,7808	0,1316	4,0524	-1,1520	-1,1805

Çizelge 5.8 (devam): Aday ve mevcut öğrenciler için ki-kare uzaklık tablosu.

Kriter No	Kriterler	Üniversiteler					
		HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
29	Şehir sosyal hayatı	-3,9115	-31,0845	5,5859	5,6211	-66,8981	186,4790
30	Danışmanlık	16,4641	-0,2634	-1,1540	1,2324	-13,6978	0,0991
31	Spor olanakları	0,0878	0,7762	0,3851	-1,2268	-0,5363	0,0671
32	Öğrenci odaklılık	23,4200	2,1246	-0,7615	-15,4773	-2,4046	0,7769
33	EM branşları	14,2076	-4,6185	0,6501	-2,6155	-0,7453	-0,0381
34	Üniversite-sanayi işbirliği	2,1565	-2,7422	-26,5122	7,5296	0,0520	10,9221
35	Çevrenin etkisi	-13,5874	-0,0133	8,7416	2,1475	1,6015	-9,8104
36	Köklü EM	-1,6181	-72,9564	0,3101	41,9553	15,2916	-14,3992
37	Dünya sıralaması	8,2116	2,9994	0,3831	-0,6192	1,7595	-55,8751
38	Mezun maaşı	9,8655	0,4469	4,6563	-3,1179	-0,9762	-18,0668
39	Barınma maliyeti	16,0176	-83,9996	-12,1310	-1,1117	7,0993	68,8367
40	Ulaşım imkanı	-0,1034	-20,1080	-9,7915	7,1586	-11,9784	126,5916
41	Ders çeşitliliği	7,2986	2,1579	-3,5034	0,1545	-2,2956	-1,0682
42	Odalarla bağlantı	9,9524	-2,7216	-18,5717	2,0878	-0,2314	7,0330
43	Öğretim üyelerinin ünü	-0,1716	-0,8309	6,2600	8,1674	-3,2515	-13,1594
44	Yurtdışında çalışma	-1,1505	32,6296	3,2788	-2,7901	-0,7971	-18,3658
45	Mezun memnuniyeti	-0,0280	5,3977	-0,3861	-1,3817	1,3475	-2,2978
46	Sağlık olanakları	1,1317	19,1702	-12,4788	-2,8280	0,5447	0,0004
47	Program esnekliği	71,6726	-0,9538	-45,7015	1,5951	-8,3578	3,9157
48	Yabancı dil	-1,7046	79,2475	15,6073	-35,0312	0,2090	-44,3538
49	Üniversite kalitesi	-1,9408	4,1346	-0,1745	-0,8825	14,1346	-14,3054
50	Uluslar arası kabul	3,9101	37,5874	0,2921	-12,1367	0,3987	-42,3595
51	Türkiye sırası	-15,5289	-0,9379	9,4954	3,3084	4,4270	-13,2908

Bu tablo ve Şekil 5.10'daki algısal haritaya bakıldığında Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin birbirinden fazla uzakta olmadığı, ancak bazı özellikler(kriterler) yönüyle farklılık gösterdiği söylenebilir. Bunun yanında Yıldız Teknik Üniversitesi diğer beş üniversiteden oldukça uzaktadır. Bilkent Üniversitesi ve hayal edilen üniversitenin de beş üniversiteye uzak olduğu söylenebilir. Bu üç üniversite(Bilkent Üniversitesi, hayal edilen üniversite ve Yıldız Teknik Üniversitesi) diğer üniversitelerden uzakta ve kendilerine özgü bazı özellikler(kriterler) ile öğrencilerin algılarında yer almaktadır.

Ki-kare tablosundaki değerlerden pozitifliğin yüksek oluşu ilgili üniversite ile ilgili kriter arasındaki ilişkinin kuvvetli olduğunu yani bu üniversitenin bahsedilen kritere yakın olduğunu gösterir(Hair ve diğerleri, 2006). Aynı şekilde negative değerlerin yüksek oluşu ise ilişkinin zayıf yani ilgili üniversite ile ilgili kriter arasındaki

uzaklığın fazla olduğunu gösterir(Hair ve diğerleri, 2006). Bu durum göz önüne alınarak tablo incelendiğinde aşağıdaki yorumlar elde edilir.

Endüstri mühendisliği alanında hayal edilen üniversite için sırasıyla kriter 14, 17, 20, 26, 28, 30, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 46 ve 47'yi temsil eden; düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, adil notlandırma, ders içerikleri, danışmanlık, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliği önemlidir. Algısal haritada da görüldüğü gibi hayal edilen üniversiteye bu bahsedilen kriterler oldukça yakındır. Sırasıyla 1, 4, 5, 7, 10, 11, 15, 23, 24, 27, 35 ve 51 kriterlerine karşılık gelen; üniversite ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, barınma, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, kültürel olanaklar, çevrenin etkisi ve Türkiye sırası noktalarına hayal edilen üniversite uzaktır.

Bilkent Üniversitesi ile kriter 1, 10, 11, 13, 18, 19, 24, 37, 44, 46, 48 ve 50; sırasıyla üniversitenin ünü, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, burs, kariyer, olanakların modernliği, bilgisayar olanakları, dünya sıralaması, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, yabancı dil ve uluslararası kabul anlamına gelmektedir ve bu üniversiteye yakın noktaları temsil etmektedir. Bunların aksine 3, 4, 6, 7, 8, 12, 14, 17, 20, 28, 29, 33, 34, 39, 40 ve 42 kriterlerine sırasıyla karşılık gelen; eğitim maliyeti, aile tavsiyesi, motive edicilik, şehir, şehir lokasyonu, endüstri mühendisliği ünü, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanları ve odalarla bağlantıya oldukça uzak olduğu hem tablodan görülebilmekte hem de algısal haritada farkedilebilmektedir.

Boğaziçi Üniversitesi sütunundaki değerlere bakıldığında 1, 4, 5, 7, 8, 11, 23, 27, 35, 43, 48 ve 51 olarak belirtilen; üniversitenin ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, öğretim elemanı kalitesi, kampüs hayatı, kültürel olanaklar, çevrenin etkisi, öğretim elemanlarının ünü, yabancı dil ve Türkiye sırası yüksek pozitif değerle olarak göze çarpmaktadır. Bu kriterler algısal haritada da görüldüğü gibi Boğaziçi Üniversitesi'ne yakın noktalardır. Ayrıca, sırasıyla 3, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 26, 34, 39, 40, 41, 42, 46 ve 47 kriterleri; eğitim maliyeti, genel olanaklar, burs, düşük harç, barınma, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, adil notlandırma,

üniversite-sanayi işbirliği, mezun maaşı, ulaşım imkanları, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliği ise Boğaziçi Üniversitesi'ne uzak olan kriterleri göstermektedir.

İstanbul Teknik Üniversitesi için verilen 1, 2, 5, 7, 8, 12, 16, 17, 21, 22, 30, 34, 35, 36, 40, 42, 43 ve 51 kriterlerlerine sırasıyla karşılık gelen; üniversite ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, danışmanlık, üniversite-sanayi işbirliği, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, Türkiye sırası kriterleri bu üniversiteye yakın olduğunu gösteren pozitif değerleri kapsamaktadır. Bunun aksine, 13, 19, 23, 24, 26, 27, 32, 33, 38, 48 ve 50 sırasıyla; burs, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, adil notlandırma, kültürel olanaklar, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, mezun maaşı, yabancı dil ve uluslararası kabul gibi kriterlere uzaktır.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi için yakın olan kriterler sırasıyla 1, 2, 6, 10, 11, 12, 18, 22, 23, 25, 36, 37, 45, 46, 49 ve 51; üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, motive edicilik, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kariyer, uzman kadro, kampüs hayatı, akademik olanaklar, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun memnuniyeti, sağlık olanakları, üniversite kalitesi ve Türkiye sırasıdır. Bunun yanında sırayla 7, 8, 14, 17, 19, 21, 24, 29, 30, 32, 38, 40, 41, 43 ve 47 olan şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, bilgisayar olanakları, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, öğrenci odaklılık, mezun maaşı, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği, öğretim elemanlarının ünü ve program esnekliği Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne uzak olan noktalardır.

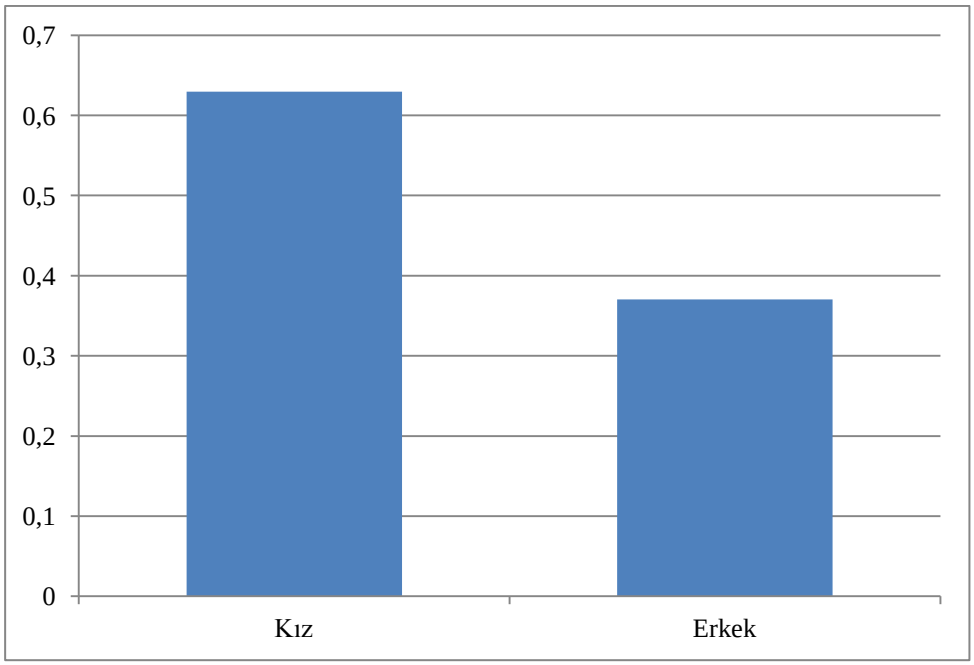
3, 7, 8, 14, 15, 29, 34, 39 ve 40 kriterlerine karşılık gelen eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, barınma, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, barınma maliyeti ve ulaşım imkanı Yıldız Teknik Üniversitesi'ne yakın olan kriterlerdir. 1, 2, 5, 6, 11, 12, 13, 16, 18, 20, 22, 35, 36, 37, 38, 43, 44, 45, 48, 49, 50 ve 51 kriterleri üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicililik, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, burs, kütüphane, kariyer, iyi araştırmalar, uzman kadro, çevre etkisi, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, yurt dışında çalışma,

mezun memnuniyeti, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslararası kabul ve Türkiye sırası ise Yıldız Teknik Üniversitesi'ne uzak olan noktalardır.

5.3.2 Mezun öğrenci algısı ile program çıktıları ve algısal harita

Aday ve mevcut öğrencilere yapılan anketin aynısı mezun öğrenciler için yapılmıştır. Bu anketteki demografik soruların mezunlar için derlenmiş hali ayrıntılarıyla açıklanacaktır. Aday ve mevcut öğrencilerde olduğu gibi anketin ilk bölümü demografik verilerden oluşmaktadır.

Öğrencilere yöneltilen demografik sorulara verilen cevaplar sonucunda 54 mezun öğrenciden 34'ü kız, 20'si erkek öğrencidir. Kız öğrencilerin oranı %62,96 ve erkek öğrencilerin oranı %37,04'tür. Bu oranlar Şekil 5.11'de görülmektedir.

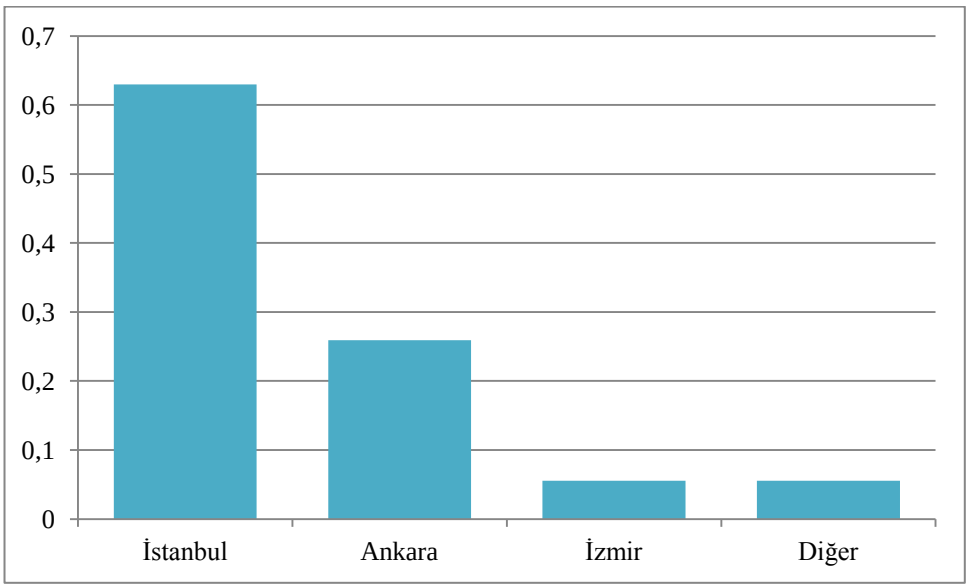


Şekil 5.11 : Mezun öğrencilerin cinsiyet oranları.

Diğer demografik bilgi olan öğrencilerin yaşadıkları şehir sorusuna mezun öğrencilerin verdikleri cevapları gösteren grafik Şekil 5.12'de görülmektedir. 54 öğrenciden 34'ü İstanbul'da, 14'ü Ankara'da, 3'ü İzmir, 3'ü de diğer illerde ikamet etmektedir. Bunlara karşılık gelen oranlar sırasıyla; %62,96, %25,92, % 5,56, %5,56 oranları Şekil 5.12'de görülmektedir.

Aday ve mevcut öğrencilere endüstri mühendisliğinde okumayı düşünüp düşünmediklerini veya endüstri mühendisliğinde okuyup okumadıkları öğrenmeye

yönelik sorular vardı. Ancak mezun öğrencilerin hepsi endüstri mühendisliği mezunu olan öğrencilerden seçilmiştir.



Şekil 5.12 : Mezun öğrencilerin ikamet durumu.

Demografik sorulardan bir diğeri olan öğrencilerin sınıflarını öğrenmeye yönelik sorudur. Mezun öğrenciler için sınıf durumu olamayacağı için mezun öğrencilerde bu demografik bilgi ile ilgili grafik oluşturulmayacaktır.

Mezun olan öğrencilerin algıları anket sorularına verdikleri cevaplar toplanarak elde edilmiştir. Toplanan bu değerler frekansları belirler. Uygunluk tablosu SPSS programına girilen frekans değerleri sonucunda Çizelge 5.9 olarak elde edilmiştir. Kriterlerin algısal haritada önceden de bahsedildiği gibi karışık görüntüye neden olmaması adına numaralandırılmış ve Ek C.1'de verilmiştir. Algısal harita ile birlikte rahat bakılabilmesi için algısal haritanın ardından konulan Ek C.1'e benzer çizelge harita ile kolayca kıyaslama yapılabilmeyi sağlar.

Çizelge 5.9'de görüldüğü üzere eğitim-öğretim kalitesi kriteri mezunlar tarafından hayallerindeki üniversite için 54 kişiden 28 kişinin, Bilkent Üniversitesi için 23 kişinin, Boğaziçi Üniversitesi için 42 kişinin, İstanbul Teknik Üniversitesi için 44 kişinin, Orta Doğu Teknik Üniversitesi için 30 kişinin ve Yıldız Teknik Üniversitesi için de 8 kişinin işaretlediğini gösterir.

Tablodaki en büyük değer şehir kriteri için Boğaziçi Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi olurken, en küçük değer olarak eğitim maliyeti, barınma maliyeti ve köklü endüstri mühendisliği ile Bilkent Üniversitesi olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.9 : Mezunlar için uygunluk tablosu.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Üniversitenin ünü	24	38	39	40	42	12	195
Eğitim- öğretim kalitesi	28	23	42	44	30	8	175
Eğitim maliyeti	32	0	39	39	38	36	184
Aile tavsiyesi	24	16	31	32	19	15	137
Arkadaş tavsiyesi	23	26	35	35	30	4	153
Motive edicilik	23	19	39	40	26	4	151
Şehir	28	4	50	50	12	46	190
Şehir lokasyonu	20	6	34	34	12	28	134
Genel olanaklar	23	20	34	36	30	15	158
İş bulabilme	35	34	43	43	38	19	212
Öğretim elemanlarının kalitesi	32	28	42	43	34	8	187
EM ünü	27	23	42	43	26	11	172
Burs	35	27	22	24	20	20	148
Düşük harç	39	3	39	39	18	43	181
Barınma	35	20	22	24	26	27	154
Kütüphane	35	23	46	47	28	8	187
Öğretim elemanı ilişkileri	39	4	35	36	23	4	141
Kariyer	35	15	38	40	38	8	174
Olanakların modernliği	36	34	34	35	24	8	171
İyi araştırmalar	39	15	42	44	35	8	183
Eğitim-öğretim etkinliği	35	23	34	36	35	12	175
Uzman kadro	32	26	38	40	35	16	187
Kampüs hayatı	32	19	22	23	38	23	157
Bilgisayar olanakları	36	38	34	36	36	8	188
Akademik olanaklar	36	20	26	28	27	12	149
Adil not	39	4	11	12	11	11	88
Kültürel olanaklar	43	30	14	16	34	12	149
Ders içerikleri	39	15	34	36	28	15	167
Şehir sosyal hayatı	39	8	42	42	20	39	190
Danışmanlık	36	19	34	36	23	11	159
Spor olanakları	35	12	27	27	24	15	140
Öğrenci odaklılık	35	14	11	12	12	12	96
EM branşları	36	15	27	28	28	12	146
Üniversite-sanayi işbirliği	32	11	26	28	24	20	141
Çevrenin etkisi	28	23	46	48	42	16	203
Köklü EM	31	0	43	44	26	7	151
Dünya sıralaması	32	15	26	28	20	8	129
Mezun maaşı	31	23	34	35	34	11	168
Barınma maliyeti	35	0	38	39	34	36	182
Ulaşım imkanı	31	8	42	43	15	28	167
Ders çeşitliliği	39	12	26	28	20	16	141
Odalarla bağlantı	39	8	26	28	16	20	137

Çizelge 5.9 (devam): Mezunlar için uygunluk tablosu.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Öğretim elemanı ünü	27	15	26	28	27	11	134
Yurtdışında çalışma	35	31	26	28	31	12	163
Mezun memnuniyeti	35	23	34	36	27	15	170
Sağlık olanakları	42	8	22	23	23	8	126
Program esnekliği	39	12	19	19	16	7	112
Yabancı dil	39	35	18	19	23	11	145
Üniversite kalitesi	39	31	46	48	42	16	222
Uluslar arası kabul	31	32	30	32	35	8	168
Türkiye sırası	27	31	38	40	38	12	186
Toplam	1697	939	1668	1734	1393	792	8223

Ayrıca bu tabloda görülen toplam (veya aktif marjin) değerleri satır için; o satırdaki kriterin tüm üniversiteleri içine alacak şekilde toplamda kaç defa işaretlendiğini gösterirken, sütun için; o sütundaki üniversitenin tüm kriterler için kaç defa işaretlendiğini gösterir. Bu toplamlar beklenen değer kullanılmasında etkilidir.

Beklenen değerin hesaplanması formül 5.2a ve formül 5.2b ile gösterilmiştir. Ki-kare uzaklık değerinin bulunabilmesi için beklenen değere ihtiyaç olduğu formül 5.3'te görülmektedir. Ki-kare uzaklık değeri ise kriterler ile üniversiteler arasındaki ilişkiyi sayısal olarak ifade etmeyi sağlayacak ve yorumlamayı kolaylaştıran bir etmendir. Bu değer excelden formül 5.3 kullanılarak elde edilmiştir.

Çizelge 5.10'da mezunlar için satır profilleri verilmiştir. Bu tabloya bakılarak her kriter için üniversiteler arasındaki dağılım oranları görülmektedir. Bunların toplamı 1,000'dir. Satır profilleri diye bahsedilen profil SPSS programında üniversiteler olduğunu önceden de belirtilmişti. Her kriterin toplam değerinin 1 olduğu düşünülerek oluşturulan tablonun SPSS sonuçları Çizelge 5.10'da verilmişitr. Burada çevrenin etkisi diye isimlendirilen kriter 0,2365 ile İstanbul Teknik Üniversitesi'nde en yüksek orana sahiptir, ardından 0,2266 oranı ile Boğaziçi Üniversitesi takip etmektedir. Yıldız Teknik Üniversitesi ise çevrenin etkisinin üniversite tercihinde en düşük orana sahip olarak en az etkili olduğunu göstermiştir.

Çizelge 5.11'deki değerler ise sütun profillerini gösterir. Sütun değerleri diye SPSS programına girilen değerler üniversitelerdir. Çizelge 5.11'de görülen değerler ise herhangibir üniversitenin tercih edilmesinde etkili olduğu oranları gösterir. Bu oranların toplamı tüm üniversiteler için 1,000'dır.

Çizelge 5.10 : Mezunlar için satır profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Üniversitenin ünü	0,1231	0,1949	0,2000	0,2051	0,2154	0,0615	1,000
Eğitim- öğretim kalitesi	0,1600	0,1314	0,2400	0,2514	0,1714	0,0457	1,000
Eğitim maliyeti	0,1739	0,0000	0,2120	0,2120	0,2065	0,1957	1,000
Aile tavsiyesi	0,1752	0,1168	0,2263	0,2336	0,1387	0,1095	1,000
Arkadaş tavsiyesi	0,1503	0,1699	0,2288	0,2288	0,1961	0,0261	1,000
Motive edicilik	0,1523	0,1258	0,2583	0,2649	0,1722	0,0265	1,000
Şehir	0,1474	0,0211	0,2632	0,2632	0,0632	0,2421	1,000
Şehir lokasyonu	0,1493	0,0448	0,2537	0,2537	0,0896	0,2090	1,000
Genel olanaklar	0,1456	0,1266	0,2152	0,2278	0,1899	0,0949	1,000
İş bulabilme	0,1651	0,1604	0,2028	0,2028	0,1792	0,0896	1,000
Öğretim elemanı kalitesi	0,1711	0,1497	0,2246	0,2299	0,1818	0,0428	1,000
EM ünü	0,1570	0,1337	0,2442	0,2500	0,1512	0,0640	1,000
Burs	0,2365	0,1824	0,1486	0,1622	0,1351	0,1351	1,000
Düşük harç	0,2155	0,0166	0,2155	0,2155	0,0994	0,2376	1,000
Barınma	0,2273	0,1299	0,1429	0,1558	0,1688	0,1753	1,000
Kütüphane	0,1872	0,1230	0,2460	0,2513	0,1497	0,0428	1,000
Öğretim elemanı ilişkileri	0,2766	0,0284	0,2482	0,2553	0,1631	0,0284	1,000
Kariyer	0,2011	0,0862	0,2184	0,2299	0,2184	0,0460	1,000
Olanakların modernliği	0,2105	0,1988	0,1988	0,2047	0,1404	0,0468	1,000
İyi araştırmalar	0,2131	0,0820	0,2295	0,2404	0,1913	0,0437	1,000
Eğitim-öğretim etkinliği	0,2000	0,1314	0,1943	0,2057	0,2000	0,0686	1,000
Uzman kadro	0,1711	0,1390	0,2032	0,2139	0,1872	0,0856	1,000
Kampüs hayatı	0,2038	0,1210	0,1401	0,1465	0,2420	0,1465	1,000
Bilgisayar olanakları	0,1915	0,2021	0,1809	0,1915	0,1915	0,0426	1,000
Akademik olanaklar	0,2416	0,1342	0,1745	0,1879	0,1812	0,0805	1,000
Adil not	0,4432	0,0455	0,1250	0,1364	0,1250	0,1250	1,000
Kültürel olanaklar	0,2886	0,2013	0,0940	0,1074	0,2282	0,0805	1,000
Ders içerikleri	0,2335	0,0898	0,2036	0,2156	0,1677	0,0898	1,000
Şehir sosyal hayatı	0,2053	0,0421	0,2211	0,2211	0,1053	0,2053	1,000
Danışmanlık	0,2264	0,1195	0,2138	0,2264	0,1447	0,0692	1,000
Spor olanakları	0,2500	0,0857	0,1929	0,1929	0,1714	0,1071	1,000
Öğrenci odaklılık	0,3646	0,1458	0,1146	0,1250	0,1250	0,1250	1,000
EM branşları	0,2466	0,1027	0,1849	0,1918	0,1918	0,0822	1,000
Üniversite-sanayi işbirliği	0,2270	0,0780	0,1844	0,1986	0,1702	0,1418	1,000
Çevrenin etkisi	0,1379	0,1133	0,2266	0,2365	0,2069	0,0788	1,000
Köklü EM	0,2053	0,0000	0,2848	0,2914	0,1722	0,0464	1,000
Dünya sıralaması	0,2481	0,1163	0,2016	0,2171	0,1550	0,0620	1,000
Mezun maaşı	0,1845	0,1369	0,2024	0,2083	0,2024	0,0655	1,000
Barınma maliyeti	0,1923	0,0000	0,2088	0,2143	0,1868	0,1978	1,000
Ulaşım imkanı	0,1856	0,0479	0,2515	0,2575	0,0898	0,1677	1,000
Ders çeşitliliği	0,2766	0,0851	0,1844	0,1986	0,1418	0,1135	1,000

Çizelge 5.10 (devam): Mezunlar için satır profilleri.

Kriterler	Üniversiteler						
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU	Toplam
Odalarla bağlantı	0,2847	0,0584	0,1898	0,2044	0,1168	0,1460	1,000
Öğretim elemanı ünü	0,2015	0,1119	0,1940	0,2090	0,2015	0,0821	1,000
Yurtdışında çalışma	0,2147	0,1902	0,1595	0,1718	0,1902	0,0736	1,000
Mezun memnuniyeti	0,2059	0,1353	0,2000	0,2118	0,1588	0,0882	1,000
Sağlık olanakları	0,3333	0,0635	0,1746	0,1825	0,1825	0,0635	1,000
Program esnekliği	0,3482	0,1071	0,1696	0,1696	0,1429	0,0625	1,000
Yabancı dil	0,2690	0,2414	0,1241	0,1310	0,1586	0,0759	1,000
Üniversite kalitesi	0,1757	0,1396	0,2072	0,2162	0,1892	0,0721	1,000
Uluslar arası kabul	0,1845	0,1905	0,1786	0,1905	0,2083	0,0476	1,000
Türkiye sırası	0,1452	0,1667	0,2043	0,2151	0,2043	0,0645	1,000
Kütle	0,2064	0,1142	0,2028	0,2109	0,1694	0,0963	

Çizelge 5.11'den bir örnek vermek gerekirse Orta Doğu Teknik Üniversitesi için arkadaş tavsiyesi, olanakların modernliği ve üniversite-sanayi işbirliği değerleri karşılaştırılsın. Her ikisi 0,0172 değerine sahip olanakların modernliği ve üniversite-sanayi işbirliği tercih edilmede eşit değere sahiptir ve 0,0215 değerine sahip arkadaş tavsiyesi ile tercih edilme kriteri Orta Doğu Teknik Üniversitesi için daha düşük değere sahip olduğu için tercihte daha az etkilidir.

Çizelge 5.11 : Mezunlar için sütun profilleri.

Kriterler	Üniversiteler					
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
Üniversitenin ünü	0,0141	0,0405	0,0234	0,0231	0,0302	0,0152
Eğitim- öğretim kalitesi	0,0165	0,0245	0,0252	0,0254	0,0215	0,0101
Eğitim maliyeti	0,0189	0,0000	0,0234	0,0225	0,0273	0,0455
Aile tavsiyesi	0,0141	0,0170	0,0186	0,0185	0,0136	0,0189
Arkadaş tavsiyesi	0,0136	0,0277	0,0210	0,0202	0,0215	0,0051
Motive edicilik	0,0136	0,0202	0,0234	0,0231	0,0187	0,0051
Şehir	0,0165	0,0043	0,0300	0,0288	0,0086	0,0581
Şehir lokasyonu	0,0118	0,0064	0,0204	0,0196	0,0086	0,0354
Genel olanaklar	0,0136	0,0213	0,0204	0,0208	0,0215	0,0189
İş bulabilme	0,0206	0,0362	0,0258	0,0248	0,0273	0,0240
Öğretim elemanı kalitesi	0,0189	0,0298	0,0252	0,0248	0,0244	0,0101
EM ünü	0,0159	0,0245	0,0252	0,0248	0,0187	0,0139
Burs	0,0206	0,0288	0,0132	0,0138	0,0144	0,0253
Düşük harç	0,0230	0,0032	0,0234	0,0225	0,0129	0,0543
Barınma	0,0206	0,0213	0,0132	0,0138	0,0187	0,0341
Kütüphane	0,0206	0,0245	0,0276	0,0271	0,0201	0,0101
Öğretim elemanı ilişkileri	0,0230	0,0043	0,0210	0,0208	0,0165	0,0051

Çizelge 5.11 (devam): Mezunlar için sütun profilleri.

Kriterler	Üniversiteler					
	HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
Kariyer	0,0206	0,0160	0,0228	0,0231	0,0273	0,0101
Olanakların modernliği	0,0212	0,0362	0,0204	0,0202	0,0172	0,0101
İyi araştırmalar	0,0230	0,0160	0,0252	0,0254	0,0251	0,0101
Eğitim-öğretim etkinliği	0,0206	0,0245	0,0204	0,0208	0,0251	0,0152
Uzman kadro	0,0189	0,0277	0,0228	0,0231	0,0251	0,0202
Kampüs hayatı	0,0189	0,0202	0,0132	0,0133	0,0273	0,0290
Bilgisayar olanakları	0,0212	0,0405	0,0204	0,0208	0,0258	0,0101
Akademik olanaklar	0,0212	0,0213	0,0156	0,0161	0,0194	0,0152
Adil not	0,0230	0,0043	0,0066	0,0069	0,0079	0,0139
Kültürel olanaklar	0,0253	0,0319	0,0084	0,0092	0,0244	0,0152
Ders içerikleri	0,0230	0,0160	0,0204	0,0208	0,0201	0,0189
Şehir sosyal hayatı	0,0230	0,0085	0,0252	0,0242	0,0144	0,0492
Danışmanlık	0,0212	0,0202	0,0204	0,0208	0,0165	0,0139
Spor olanakları	0,0206	0,0128	0,0162	0,0156	0,0172	0,0189
Öğrenci odaklılık	0,0206	0,0149	0,0066	0,0069	0,0086	0,0152
EM branşları	0,0212	0,0160	0,0162	0,0161	0,0201	0,0152
Üniversite-sanayi işbirliği	0,0189	0,0117	0,0156	0,0161	0,0172	0,0253
Çevrenin etkisi	0,0165	0,0245	0,0276	0,0277	0,0302	0,0202
Köklü EM	0,0183	0,0000	0,0258	0,0254	0,0187	0,0088
Dünya sıralaması	0,0189	0,0160	0,0156	0,0161	0,0144	0,0101
Mezun maaşı	0,0183	0,0245	0,0204	0,0202	0,0244	0,0139
Barınma maliyeti	0,0206	0,0000	0,0228	0,0225	0,0244	0,0455
Ulaşım imkanı	0,0183	0,0085	0,0252	0,0248	0,0108	0,0354
Ders çeşitliliği	0,0230	0,0128	0,0156	0,0161	0,0144	0,0202
Odalarla bağlantı	0,0230	0,0085	0,0156	0,0161	0,0115	0,0253
Öğretim elemanı ünü	0,0159	0,0160	0,0156	0,0161	0,0194	0,0139
Yurtdışında çalışma	0,0206	0,0330	0,0156	0,0161	0,0223	0,0152
Mezun memnuniyeti	0,0206	0,0245	0,0204	0,0208	0,0194	0,0189
Sağlık olanakları	0,0247	0,0085	0,0132	0,0133	0,0165	0,0101
Program esnekliği	0,0230	0,0128	0,0114	0,0110	0,0115	0,0088
Yabancı dil	0,0230	0,0373	0,0108	0,0110	0,0165	0,0139
Üniversite kalitesi	0,0230	0,0330	0,0276	0,0277	0,0302	0,0202
Uluslar arası kabul	0,0183	0,0341	0,0180	0,0185	0,0251	0,0101
Türkiye sırası	0,0159	0,0330	0,0228	0,0231	0,0273	0,0152
Toplam	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000

Çizelge 5.12 serbestlik derecesi 250 olan ve boyut değerlerini gösteren özet tablodur. Önce de bahsedildiği gibi formül 5.1 kullanılarak en fazla boyu sayısının beş olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.12'ye bakıldığında bir boyutlu analiz yapılırsa verilerin %54,57'sini içeren bir sonuç çıkarken, buna bir boyut daha eklenerek iki boyutlu analiz yapıldığında %23,44'lük bir artış ile verilerin %78,02 içine alan bir sonuç çıkacaktır. Buna üçüncü bir boyut daha eklendiğinde sonuç oldukça iyi bir yüzdeyle(%93,20) temsil edilmesine rağmen karmaşıklığı artıracağı için ve %78 yeterli bir oran olduğundan iki boyutlu analiz kullanılacaktır.

Çizelge 5.12 : Mezunlar için özet tablo.

Boyut	Öz Değer	Moment	Ki-Kare	Sig.	Momentin Payı		Öz Değere Güven	
					Değer	Birikimli Toplam	Standart Sapma	Korelasyon
								2
1	0,2336	0,0546			0,5457	0,5457	0,0105	-0,0325
2	0,1531	0,0234			0,2344	0,7802	0,0107	
3	0,1232	0,0152			0,1519	0,9320		
4	0,0822	0,0068			0,0676	0,9996		
5	0,0064	0,0000			0,0004	1,0000		
Total		0,1000	822,41	0,0000	1,0000	1,0000		

Simetrik normalleştirme ile yapılan Çizelge 5.13'te boyut değerleri, her bir kriterin algısal haritadaki koordinatlarını yani yerini belirten değerlerdir. Kütle diye bahsedilen sütun ise kriterlerin tüm kriterler içindeki oranını göstermektedir.

Çizelge 5.13 : Mezunlar için satır noktalarına genel bakış.

Kriterler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
		1	2		Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
					1	2	1	2	Toplam
1	0,0237	-0,5588	0,2062	0,0027	0,0317	0,0066	0,6296	0,0562	0,6858
2	0,0213	-0,2805	0,4718	0,0012	0,0072	0,0309	0,3390	0,6285	0,9676
3	0,0224	0,8757	0,0953	0,0052	0,0734	0,0013	0,7779	0,0060	0,7839
4	0,0167	0,1049	0,1815	0,0003	0,0008	0,0036	0,1487	0,2918	0,4405
5	0,0186	-0,5727	0,3982	0,0019	0,0261	0,0193	0,7469	0,2366	0,9835
6	0,0184	-0,3356	0,6479	0,0017	0,0089	0,0503	0,2770	0,6767	0,9537
7	0,0231	1,2270	0,2604	0,0095	0,1489	0,0102	0,8557	0,0253	0,8809
8	0,0163	0,9364	0,2539	0,0041	0,0612	0,0069	0,8231	0,0397	0,8628
9	0,0192	-0,0778	0,2677	0,0005	0,0005	0,0090	0,0592	0,4598	0,5190
10	0,0258	-0,2379	0,0485	0,0007	0,0062	0,0004	0,4676	0,0128	0,4803
11	0,0227	-0,3948	0,3100	0,0012	0,0152	0,0143	0,7030	0,2841	0,9871
12	0,0209	-0,1784	0,4308	0,0009	0,0029	0,0254	0,1703	0,6505	0,8208
13	0,0180	-0,0912	-0,6275	0,0017	0,0006	0,0463	0,0208	0,6450	0,6658
14	0,0220	1,1468	-0,1973	0,0071	0,1239	0,0056	0,9578	0,0186	0,9764

Çizelge 5.13 (devam): Mezunlar için satır noktalarına genel bakış.

Kriterler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
		1	2		Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
					1	2	1	2	Toplam
15	0,0187	0,2587	-0,6297	0,0019	0,0054	0,0485	0,1545	0,6000	0,7546
16	0,0227	-0,2266	0,4165	0,0012	0,0050	0,0258	0,2332	0,5164	0,7496
17	0,0171	0,0848	0,3592	0,0027	0,0005	0,0145	0,0108	0,1266	0,1374
18	0,0212	-0,1691	0,3147	0,0011	0,0026	0,0137	0,1327	0,3010	0,4337
19	0,0208	-0,5384	-0,0767	0,0019	0,0258	0,0008	0,7240	0,0096	0,7336
20	0,0223	-0,1177	0,3414	0,0011	0,0013	0,0169	0,0667	0,3679	0,4346
21	0,0213	-0,2437	0,0336	0,0004	0,0054	0,0002	0,8256	0,0103	0,8359
22	0,0227	-0,1757	0,1127	0,0003	0,0030	0,0019	0,4961	0,1339	0,6300
23	0,0191	0,0605	-0,4697	0,0018	0,0003	0,0275	0,0088	0,3491	0,3579
24	0,0229	-0,6515	-0,0806	0,0024	0,0415	0,0010	0,9369	0,0094	0,9463
25	0,0181	-0,1863	-0,2508	0,0004	0,0027	0,0074	0,4180	0,4965	0,9145
26	0,0107	0,4321	-1,1642	0,0042	0,0086	0,0947	0,1120	0,5328	0,6448
27	0,0181	-0,5778	-0,9645	0,0042	0,0259	0,1101	0,3369	0,6154	0,9523
28	0,0203	0,0758	-0,0121	0,0002	0,0005	0,0000	0,1437	0,0024	0,1461
29	0,0231	0,8898	-0,0923	0,0045	0,0783	0,0013	0,9478	0,0067	0,9545
30	0,0193	-0,1028	0,0625	0,0003	0,0009	0,0005	0,1625	0,0394	0,2019
31	0,0170	0,1567	-0,1956	0,0003	0,0018	0,0043	0,2927	0,2989	0,5917
32	0,0117	0,0084	-1,1540	0,0026	0,0000	0,1015	0,0001	0,9120	0,9120
33	0,0178	-0,0581	-0,1690	0,0003	0,0003	0,0033	0,0455	0,2526	0,2981
34	0,0171	0,3458	-0,2075	0,0006	0,0088	0,0048	0,7461	0,1761	0,9222
35	0,0247	-0,1130	0,4219	0,0010	0,0013	0,0287	0,0744	0,6801	0,7546
36	0,0184	0,2929	0,8034	0,0037	0,0067	0,0774	0,0982	0,4845	0,5828
37	0,0157	-0,1427	-0,0408	0,0003	0,0014	0,0002	0,2155	0,0116	0,2270
38	0,0204	-0,2803	0,1136	0,0005	0,0069	0,0017	0,7929	0,0853	0,8782
39	0,0221	0,9122	0,0203	0,0050	0,0788	0,0001	0,8675	0,0003	0,8678
40	0,0203	0,7365	0,2426	0,0031	0,0472	0,0078	0,8295	0,0590	0,8885
41	0,0171	0,2274	-0,3168	0,0007	0,0038	0,0112	0,2929	0,3726	0,6655
42	0,0167	0,5234	-0,3568	0,0017	0,0195	0,0138	0,6402	0,1950	0,8352
43	0,0163	-0,1029	0,0375	0,0001	0,0007	0,0001	0,2832	0,0246	0,3078
44	0,0198	-0,4718	-0,3323	0,0015	0,0189	0,0143	0,6904	0,2246	0,9149
45	0,0207	-0,1103	-0,0253	0,0001	0,0011	0,0001	0,5384	0,0185	0,5569
46	0,0153	0,0276	-0,3882	0,0018	0,0001	0,0151	0,0015	0,1914	0,1929
47	0,0136	-0,1082	-0,5771	0,0017	0,0007	0,0296	0,0214	0,4001	0,4216
48	0,0176	-0,6528	-0,8332	0,0040	0,0322	0,0799	0,4396	0,4694	0,9091
49	0,0270	-0,2400	0,1510	0,0005	0,0067	0,0040	0,7129	0,1849	0,8978
50	0,0204	-0,6046	-0,0536	0,0019	0,0320	0,0004	0,9310	0,0048	0,9358
51	0,0226	-0,4088	0,2141	0,0014	0,0162	0,0068	0,6501	0,1168	0,7669
Toplam	1,0000			0,1000	1,0000	1,0000			

Çizelge 5.13'te yer alan bir diğer ifade etki sütunlarıdır. Burada etki iki ayrı şekilde ifade edilmiştir. Birincisi; noktanın boyuta etkisi ve ikincisi de boyutun noktaya etkisidir.

Noktanın boyuta etkisi sütunundaki değerlere bakıldığında en büyük iki değer işaretlenir, bu iki değerin toplamı ilgili boyutun bu iki kriter arasında yüzdelik olarak ne kadarını ifade ettiğini gösterir. Bu sütuna bakıldığında kriter 7 ve kriter 48'e karşılık gelen şehir ve yabancı dil ifadeleri birinci boyut için en büyük iki değer olup birinci boyuttaki iki uç değeri gösterir. Bu iki değerin toplamı olan %28,11'in anlamı ise birinci boyutta bu iki değer arasındaki verilerin %28,11'ini karşıladığını ifade eder. Ikinci boyut için ise kriter 27 ve kriter 36; yani kültürel olanaklar ve köklü endüstri mühendisliği kriterleri en büyük iki değerdir. Bu iki değer de ikinci boyuttaki uç noktaları gösterir. Değerlerin toplamı olan %28,75, ikinci boyut için bu iki kriter arasında temsil edilen miktarı yüzdesel olarak gösterir.

Boyutun noktaya etkisi sütunlarına bakıldığında her bir kriter için birinci veya ikinci boyuttaki değerden büyük olan seçilir. Bunun anlamı büyük olan boyut o kriteri daha çok etkilemektedir. Başka bir ifade ile o kriterin temsil edildiği boyutu gösteren, satırdaki büyük olan değerdir. Toplam değerin 0,50'den az olması ise ilgili satır değerinin(kriterin) daha az ifade edildiği anlamına gelmektedir(Hair ve diğerleri, 2006).

Bahsedilenlere göre birinci boyut; üniversitenin ünü, eğitim maliyeti, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, düşük harç, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, yurtdışında çalışma, mezun memnuniyeti, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul, Türkiye sırası kriterlerini bünyesinde barındırır.

Geriye kalan eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, motive edicilik, genel olanaklar, endüstri mühendisliği ünü, burs, barınma, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, kampüs hayatı, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ders çeşitliliği, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil kriterleri ise ikinci boyutta olan kriterlerdir.

Benzer şekilde Çizelge 5.14 verilmiştir. Bu tablodaki değerler ise sütun porfili denilen üniversiteleri kıyaslayabilmeyi sağlayan tablodur. Her üniversite için verilen boyut değerleri o üniversitenin algısal haritadaki konumunu gösteren değerlerdir. Bu değerlerin önceden belirtilen satır nokta değerleri ile bir farklılığı yoktur. Noktanın koordinatlarını vermesi uygunluk analizi ile algısal harita oluşturmada önemli bir özelliktir, çünkü algısal harita da hem satır değerleri(kriter) hem de sütun değerleri(üniversite) bir arada görülebilmektedir.

Çizelge 5.14 : Mezunların sütun profillerine genel bakış.

Üniversiteler	Kütle	Boyuttaki Değeri		Moment	Etki				
		1	2		Noktanın Boyuta Etkisi		Boyutun Noktaya Etkisi		
					1	2	1	2	Toplam
HAYAL	0,2064	0,0358	-0,5114	0,0147	0,0011	0,3524	0,0042	0,5613	0,5655
BIL	0,1142	-0,9355	-0,2944	0,0299	0,4278	0,0646	0,7796	0,0506	0,8302
BOU	0,2028	0,1158	0,4327	0,0068	0,0116	0,2480	0,0929	0,8507	0,9437
ITU	0,2109	0,0930	0,4032	0,0060	0,0078	0,2239	0,0705	0,8683	0,9388
ODTU	0,1694	-0,2882	0,0386	0,0085	0,0602	0,0016	0,3858	0,0045	0,3903
YTU	0,0963	1,0918	-0,4171	0,0339	0,4914	0,1094	0,7902	0,0756	0,8658
Toplam	1,0000			0,1000	1,0000	1,0000			

Çizelge 5.14'e bakıldığında dikkat çeken bir diğer nokta kütle değerleridir. Bu değerlerin toplamının 1,000 olduğu görülmektedir. Her üniversitenin kütle değeri o üniversitenin tüm üniversiteler içindeki ağırlığını gösteren bir değerdir. Buna göre, İstanbul Teknik Üniversitesi diğer üniversiteler içerisinde ağırlığı en çok olan üniversitedir. Buna karşılık Yıldız Teknik Üniversitesi ise kütle değerinin en düşük olması sebebiyle ağırlığı en az olan üniversitedir.

Tablodaki diğer önemli nokta etki diye bahsedilen ve kendi içerisinde ikiye ayrılan sütun değerleridir. Buradaki noktanın boyuta etkisi sütununda birinci boyut için en yüksek iki değeri gösteren Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'dir. Bu iki değerin toplamı olan %91,92 ise bahsedilen iki üniversite arasındaki temsil edilen veri yüzdesini göstermektedir. Ikinci boyuta bakıldığında hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesi en büyük iki değere karşılık gelen üniversitelerdir. Bu iki değer arasında %60,04 oranında ikinci boyutta temsil olduğu söylenebilir.

Boyutun noktaya etkisi sütununa bakıldığında Bilkent Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi birinci boyutta yer alan

üniversitelerdir. Hayal edilen üniversite, Boğaziçi Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi ise ikinci boyuttaki üniversitelerdir.

Formül 5.2b ve formül 5.3 kullanılarak elde edilen beklenen değer tablosu Çizelge 5.15 olarak verilmiştir. Beklenen değerler tablosunun elde edilmesinde excel kullanılmıştır. Burada elde edilen değerler ve Şekil 5.13'teki algısal harita birlikte incelenerek mezunlar gözüyle üniversite ve kriterler arasındaki bağlantı yorumlanacaktır.

Çizelge 5.15 ki-kare uzaklık tablosudur ve buradaki değerler pozitif ve negatifliğine ve değerlerin mutlak değer büyüklüğüne göre kriterler ile üniversiteler arasındaki uzaklık-yakınlık ilişkisini gösterir. Eğer değer pozitif ise o kriter ile o üniversite arasında yakınlığın olduğu ve bu değerin mutlak değerinin büyük olması da diğer üniversitelere nazaran bu üniversitenin o kritere daha yakın olduğunu gösterir. Eğer negatiflik varsa bu üniversite ilgili kritere uzaktır ve mutlak değer olarak da büyümesi uzakllığın arttığını ifade eder.

Burada üzerinde durulması gereken en önemli nokta mezunlar için oluşturulan örneklemin çoğunluğunun İstanbul Teknik Üniversitesi mezunlarından oluşan öğrenciler olduğudur. Bir diğer ifade ile mezunların algılarının genelleştirilmesinin doğru olmayacağı, mezun örnekleminin çoğunluğunun İstanbul Teknik Üniversitesi'nden mezun olan öğrencilerden oluştuğu ve genel olarak bu üniversiteden mezun olan öğrencilerin algısını gösterdiği söylenebilir. 54 mezun öğrenciden oluşan örneklemin 2 kişisi Bilkent Üniversitesi'nden, 8 kişisi Boğaziçi Üniversitesi'nden, 33 kişisi İstanbul Teknik Üniversitesi'nden, 6 kişisi Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden ve 3 kişisi de Yıldız Teknik Üniversitesi'nden mezundur. Örneklemdeki 2 kişi ise bahsi geçen beş üniversite dışındaki üniversitelerden mezundurlar. Buna göre, Bilkent Üniversitesi %3,7; Boğaziçi Üniversitesi %14,8; İstanbul Teknik Üniversitesi %61,1; Orta Doğu Teknik Üniversitesi %11,1 ve Yıldız Teknik Üniversitesi %5,6 oranlarına sahip olan mezun öğrenci örneklemine bakıldığındaeşit dağılmadığı söylenebilir. Buradan algıların nesnellikten uzaklaştığı söylenebilir. Mezun öğrenciler için İstanbul Teknik Üniversitesi dışındaki üniversitelerden mezun öğrenci örneklemi artırılarak daha nesnel sonuçlar elde edilebilir.

Çizelge 5.15 : Mezunlar için ki-kare uzaklık tablosu.

Kriter No	Kriterler	Üniversiteler					
		HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
1	Üniversitenin ünü	-6,5558	11,1155	-0,0078	-0,0305	2,4338	-2,4486
2	Eğitim- öğretim kalitesi	-1,8235	0,4553	1,1909	1,3650	0,0042	-4,6522
3	Eğitim maliyeti	-0,9394	21,0113	0,0753	0,0010	1,4965	18,8514
4	Aile tavsiyesi	-0,6458	0,0081	0,3708	0,3349	-0,7630	0,2469
5	Arkadaş tavsiyesi	-2,3287	4,1633	0,5065	0,2321	0,6427	-7,8220
6	Motive edicilik	-2,1379	0,1790	2,2874	2,0903	0,0069	-7,6437
7	Şehir	-3,2053	-14,4339	3,4072	2,4632	-12,6605	41,9290
8	Şehir lokasyonu	-2,1184	-5,6544	1,7105	1,1673	-5,0436	17,6521
9	Genel olanaklar	-2,8304	0,2124	0,1187	0,2159	0,3908	-0,0031
10	İş bulabilme	-1,7503	3,9601	0,0000	-0,0650	0,1212	-0,0986
11	Öğretim üyeleri kalitesi	-1,1259	2,0685	0,4362	0,3227	0,1702	-5,5643
12	EM ünü	-2,0335	0,5745	1,4491	1,2488	-0,3378	-1,8702
13	Burs	0,6504	6,0355	-2,1431	-1,6652	-1,0259	2,3157
14	Düşük harç	0,0726	-15,1042	0,1422	0,0181	-5,2288	37,4959
15	Barınma	0,3260	0,3315	-2,7321	-2,2114	-0,0003	9,9812
16	Kütüphane	-0,3343	0,1269	1,7160	1,4520	-0,4271	-5,5643
17	Öğretim üyeleri ilişkileri	3,3692	-9,0948	1,4316	1,3210	-0,0329	-6,7586
18	Kariyer	-0,0230	-1,1933	0,2073	0,2983	2,4649	-4,5777
19	Olanakların modernliği	0,0143	10,7275	-0,0136	-0,0311	-0,8520	-4,3558
20	İyi araştırmalar	0,0403	-1,6642	0,6413	0,7586	0,5159	-5,2567
21	Eğitim-öğretim etkinliği	-0,0344	0,4553	-0,0632	-0,0221	0,9671	-1,3985
22	Uzman kadro	-1,1259	1,0109	0,0001	0,0082	0,3483	-0,2245
23	Kampüs hayatı	-0,0049	0,0641	-3,0445	-3,0854	4,8896	4,1048
24	Bilgisayar olanakları	-0,2018	12,7307	-0,4484	-0,3349	0,5414	-5,6418
25	Akademik olanaklar	0,8965	0,5238	-0,5903	-0,3722	0,1226	-0,3851
26	Adil not	23,9127	-3,6411	-2,6290	-2,3167	-1,0242	0,7518
27	Kültürel olanaklar	4,8806	9,9104	-8,7089	-7,5676	3,0395	-0,3851
28	Ders içerikleri	0,5970	-0,8687	0,0005	0,0175	-0,0030	-0,0731
29	Şehir sosyal hayatı	-0,0011	-8,6463	0,3105	0,0934	-4,6141	23,4151
30	Danışmanlık	0,3095	0,0392	0,0947	0,1822	-0,5749	-1,2153
31	Spor olanakları	1,2912	-0,9943	-0,0689	-0,2155	0,0034	0,1704
32	Öğrenci odaklılık	11,6437	0,8417	-3,6869	-3,3570	-1,1173	0,8201
33	EM branşları	1,1435	-0,1677	-0,2310	-0,2523	0,4316	-0,3024
34	Üniversite-sanayi işbirliği	0,2893	-1,6161	-0,2366	-0,1010	0,0005	3,0346
35	Çevrenin etkisi	-4,6077	-0,0014	0,5647	0,6300	1,6846	-0,6453
36	Köklü EM	-0,0008	-17,2430	4,9959	4,6425	0,0069	-3,9128
37	Dünya sıralaması	1,0864	0,0049	-0,0011	0,0234	-0,1571	-1,5757
38	Mezun maaşı	-0,3886	0,7590	-0,0002	-0,0051	1,0785	-1,6589
39	Barınma maliyeti	-0,1745	-20,7829	0,0317	0,0101	0,3257	19,4624
40	Ulaşım imkanı	-0,3482	-6,4261	1,9487	1,7207	-6,2435	8,8268
41	Ders çeşitliliği	3,3692	-1,0446	-0,2366	-0,1010	-0,6322	0,4311

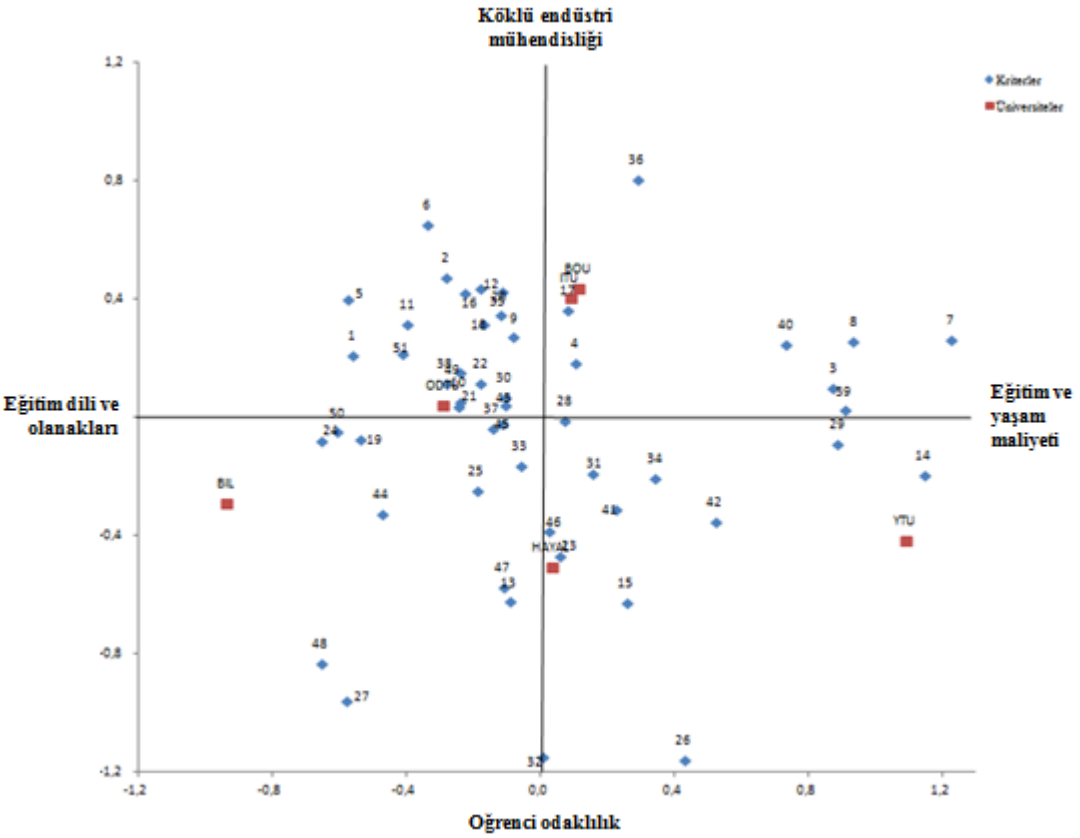
Çizelge 5.15 (devam): Mezunlar için ki-kare uzaklık tablosu.

Kriter No	Kriterler	Üniversiteler					
		HAYAL	BIL	BOU	ITU	ODTU	YTU
42	Odalarla bağlantı	4,0699	-3,7352	-0,1153	-0,0274	-2,2388	3,5093
43	Öğretim üyelerinin ünü	-0,0155	-0,0059	-0,0513	-0,0023	0,8145	-0,2815
44	Yurtdışında çalışma	0,0551	8,2431	-1,5091	-1,1813	0,4155	0,8717
45	Mezun memnuniyeti	-0,0002	0,6629	-0,0068	0,0006	-0,1123	-0,1152
46	Sağlık olanakları	9,8415	-2,8363	-0,4955	-0,4796	0,1284	-1,4094
47	Program esnekliği	10,9188	-0,0487	-0,6087	-0,9028	-0,4659	-1,3297
48	Yabancı dil	2,7528	20,5410	-4,4283	-4,3829	-0,0995	-0,6298
49	Üniversite kalitesi	-1,0136	1,2590	0,0208	0,0301	0,5131	-1,3547
50	Uluslar arası kabul	-0,3886	8,5614	-0,4880	-0,3314	1,5030	-4,1362
51	Türkiye sırası	-3,3769	4,4852	0,0019	0,0154	1,3372	-1,9528

Çizelge 5.15'e destekleyici olan Şekil 5.13 olan mezunlar için algısal harita aşağıda gösterilmiştir. Algısal haritanın yorumlanabilmesinden ayrıca bir de eksenlerin adlandırılması söz konusudur. Önceki algısal haritadaki eksen isimlendirmesinin belirlenmesiyle aynı yol izlenerek eksenlere yakın olan kriter veya kriterler ile eksenler isimlendirilir. Buna göre kriter 14 ve 7 ile ifade edilen düşük harç ve şehir kriterlerin yatay eksenin pozitif tarafında baskınlık gösteren kriterlerdir. Bu sebepten yatay eksenin pozitif kısmına eğitim ve yaşam maliyeti denilebilinir. Yatay eksenin negatif kısmı ise sırasıyla 48, 24, 50 ve 27 ile gösterilen; yabancı dil, bilgisayar olanakları,uluslar arası kabul ve kültürel olanaklar ile ifade edilebilir. Bu sebepten yatay eksenin negatif kısmı eğitim dili ve olanakları olarak isimlendirilmiştir. Böylelikle yatay eksen aday-mevcut öğrenci algıları ile oluşturulan algısal haritaki yatay eksenlerle aynı şekilde isimlendirilmiştir. Düşey eksen de ise farklılıklar oluşmuştur. Kriter 32 ile ifade edilen öğrenci odaklılık düşey eksenin negatif kısmının en baskın kriteridir ve bu sebeple eksenin negatif kısmına öğrenci odaklılık denilmiştir. Pozitif kısmında ise endüstri mühendisliğinin köklülüğü ile ilgili olan kriter ağır basmanktadır ve bu nedenle öyle isimlendirilmiştir.

Eksenlerin isimlendirilmesi üniversitelerin bulunduğu konumu belirlemede de yardımcı olur. Şekil 5.13'teki algısal haritaya göre; Yıldız Teknik Üniversitesi eğitim ve yaşam maliyetleri yönüyle tercih edilen, Bilkent Üniversitesi eğitim dili ve olanakları sayesinde tercih edilen üniversitelerdir. Mezunların algısındaki hayal edilen üniversite ise öğrenci odaklılık ile dikkatleri çekmektedir. Ayrıca İstanbul Teknik Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi köklü endüstri mühendisliği ile dikkat

çekmekte ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi de eğitim dili ve olanaklarının yanı sıra az da olsa köklü endüstri mühendisliği ile öne çıkmaktadır.



Şekil 5.13 : Mezunlar için algısal harita.

Ayrıca Şekil 5.13'teki algısal haritadaki numaraların ifade ettiği kriterler Çizelge 5.16'da gösterilmiştir.

Çizelge 5.16 : Algısal haritadaki numaralandırmalara karşılık gelen kriterler.

1	Üniversitenin ünü	14	Düşük harç	27	Kültürel olanaklar	40	Ulaşım imkanı
2	Eğitim öğretim kalitesi	15	Barınma	28	Ders içerikleri	41	Ders çeşitliliği
3	Eğitim maliyeti	16	Kütüphane	29	Şehir sosyal hayatı	42	Odalarla bağlantı
4	Aile tavsiyesi	17	Öğretim üyesi ilişkileri	30	Danışmanlık	43	Öğretim üyelerinin ünü
5	Arkadaş tavsiyesi	18	Kariyer	31	Spor olanakları	44	Yurtdışında çalışma
6	Motive edicilik	19	Olanakların modernliği	32	Öğrenci odaklılık	45	Mezun memnuniyeti
7	Şehir	20	İyi araştırmalar	33	EM Branşları	46	Sağlık olanakları
8	Şehir lokasyonu	21	Eğitim-öğretim etkinliği	34	Üniversite- sanayi işbirliği	47	Program esnekliği
9	Genel olanaklar	22	Uzman kadro	35	Çevrenin etkisi	48	Yabancı dil
10	İş bulabilme	23	Kampüs hayatı	36	Köklü EM	49	Üniversite kalitesi
11	Öğretim üyesi kalitesi	24	Bilgisayar olanakları	37	Dünya sıralaması	50	Uluslar arası kabul
12	EM ünü	25	Akademik olanaklar	38	Mezun maaşı	51	Türkiye sırası
13	Burs	26	Adil not	39	Barınma maliyeti		

Şekil 5.13 ve Çizelge 5.15'e birlikte bakıldığında hayal edilen üniversite için sırasıyla 13, 15, 25, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 34, 37, 41, 42, 46, 47 ve 48 numaralı burs, barınma, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, ders içerikleri, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları, program esnekliği ve yabancı dil kriterlerine yakın olduğu; bunun yanında 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 16, 18, 22, 24, 35, 36, 38, 39, 40, 49, 50 ve 51 kriterleri sırasıyla; üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, eğitim maliyeti, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, genel olanaklar, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, kariyer, uzman kadro, bilgisayar olanakları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, üniversite kalitesi, uluslararası kabul ve Türkiye sırasına uzak olduğu görülmektedir.

Bilkent Üniversitesi için yakın olan noktalar 1, 5, 19, 24, 25, 27, 44, 48, 50 ve 51 ile belirtilen üniversite ünü, arkadaş tavsiyesi, olanakların modernliği, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, kültürel olanaklar, yurt dışında çalışma, yabancı dil, uluslar arası kabul ve Türkiye sırasıdır. Ayrıca tabloya bakıldığında 7, 8, 14, 17, 18, 20, 26, 28, 29, 31, 33, 34, 39, 40, 41, 42, 46 ve 47 numaralı kriterler olan şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, adil not, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, spor olanakları, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliğine uzak olduğu görülür.

Kriter numaları 2, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 20, 28, 30, 35, 36, 40 ve 51 olarak sırasıyla ifade edilen eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, şehir, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, ders içerikleri, danışmanlık, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı ve Türkiye sırası kriterlerine Boğaziçi Üniversitesinin yakın olduğunu, ancak 13, 15, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 44, 46, 47, 48 ve 50 numaralı kriterler olan burs, barınma, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun

maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil ve uluslar arası kabule uzaktır.

Benzer şekilde İstanbul Teknik Üniversitesi için yakın olan noktalar 2, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 20, 28, 30, 35, 36, 40 ve 51 olarak sırasıyla ifade edilen eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, şehir, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, ders içerikleri, danışmanlık, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı ve Türkiye sırası kriterleridir. Sırasıyla 13, 15, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 38, 41, 42, 44, 46, 47, 48 ve 50 numaralı kriterler olan burs, barınma, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil ve uluslar arası kabul noktalarına İstanbul Teknik Üniversitesi uzaktır.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi için yakın olan kriteler sırayla 1, 5, 9, 10, 11, 18, 20, 21, 22, 25, 31, 33, 35, 38, 43, 44, 46, 49, 50 ve 51 karşılık gelen üniversitenin ünü, arkadaş tavsiyesi, genel olanaklar, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, kariyer, iyi araştırmalar, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, akademik olanaklar, spor olanakları, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul ve Türkiye sırasıdır. 4, 7, 8, 13, 14, 16, 19, 26, 29, 30, 40, 41, 42, 45, 47 ve 48'e karşılık gelen aile tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, burs, düşük harç, kütüphane, olanakların modernliği, adil not, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, ulaşım imkanları, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, mezun memnuniyeti, program esnekliği ve yabancı dil kriterleri Orta Doğu Teknik Üniversitesine uzak olan noktalardır.

Son olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'ne yakın olan noktalar; 3, 7, 8, 14, 15, 29, 34, 39, 40, 41 ve 42 ile belirtilen eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, barınma, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği ve odalarla bağlantıdır. Sırasıyla 1, 2, 5, 6, 11, 12, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 28, 30, 33, 35, 36, 37, 38, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50 ve 51'I temsil eden üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim

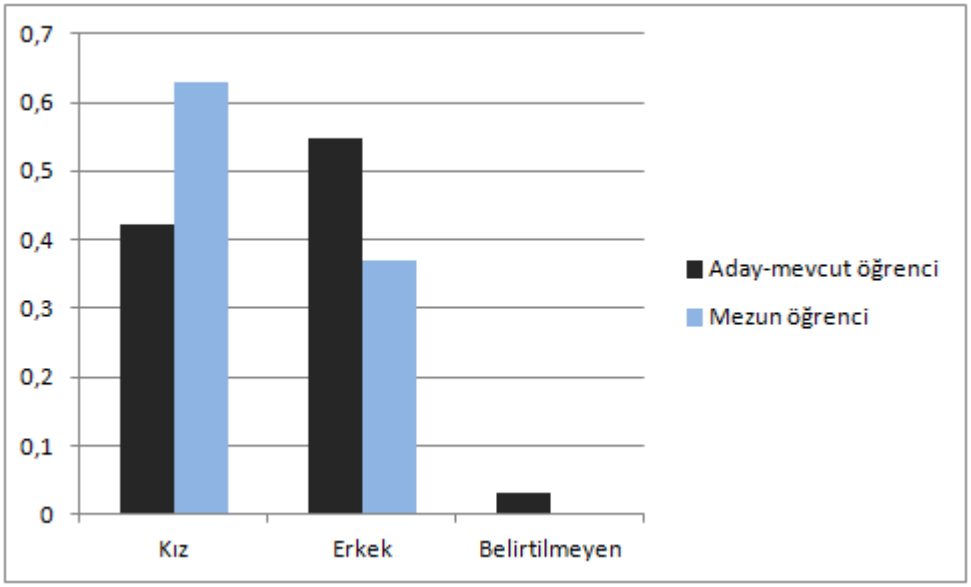
elemanı ilişkileri, kariyer, olanakların modernliği, iyi araştırmalar, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, kültürel olanaklar, ders içerikleri, danışmanlık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, mezun memnuniyeti, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul ve Türkiye sırası kriterlerine uzaktır.

Gerek bölüm 5.3.1 ve gerekse de bölüm 5.3.2'de oluşturulan algısal haritaların elde bulunan 563 ve 54 kişi için geçerli olduğunu belirtmekte yarar vardır. Bu haritaları genel bir sonuca bağlamak doğru olmayacaktır. Örneklemin genişlemesi ve homojenleşmesi ile haritada değişiklikler olabilecektir.

5.3.3 Aday ve mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin algılarının karşılaştırılması

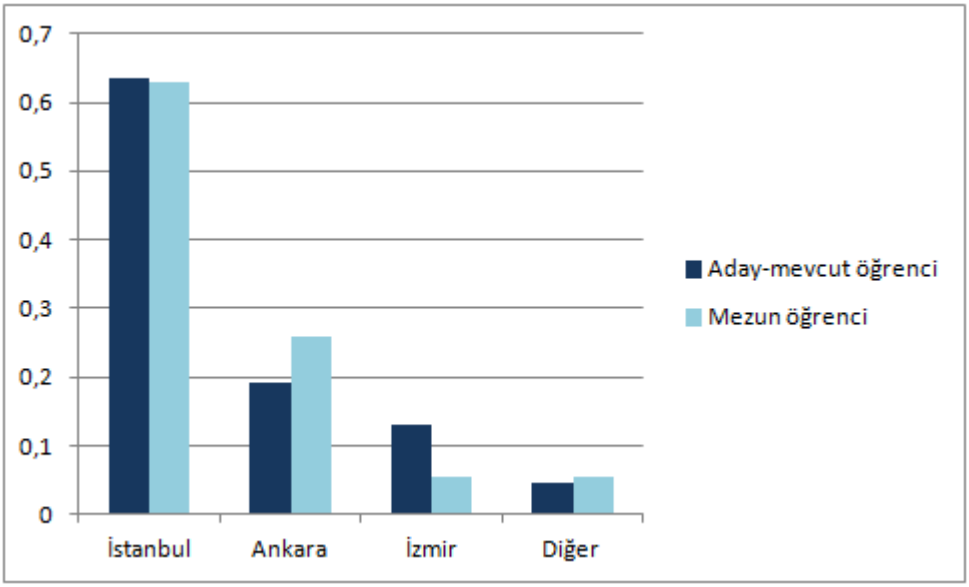
Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin cinsiyet oranları karşılaştırıldığında sonuçlar Şekil 5.14'teki grafikte görülmektedir. Buna göre aday-mevcut öğrencideki kız oranı %42,27 iken mezun öğrencilerin kız oranı %62,96'dır. Erkek oranları ise aday-mevcut öğrenci için %54,71 ve mezun öğrenciler için %37,04'tür. Aday-mevcut öğrencilerde cinsiyetini belirtmeyen 17 kişiye karşılık %3,02'lik oranda belirtilmeyen veri bulunmaktadır. Aday-mevcut öğrencilerin verilerinin toplamı ve mevcut öğrencilerin verilerinin toplamı 1,00'i verir.

Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin ikamet ettikleri şehirlerin kıyaslanmasını gösteren grafik Şekil 5.15'te görülmektedir.



Şekil 5.14 : Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin cinsiyet karşılaştırılması.

Şekil 5.14'teki grafiğe göre İstanbul'da ikamet eden aday-mevcut öğrenci için %63,41 ve mezun öğrenciler için %62,96'dır. Ankara için aday-mevcut öğrenci %19 ve mezun öğrenci %25,92 oranında katılımcıya sahiptir. Aday-mecvut öğrencilerin %12,97 ve mezun öğrencilerin %5,56'sı İzmir'de ikamet ettiğini belirtmiştir. Geriye kalan şehirler için aday-mevcut öğrenci oranı %4,62 ve mezun öğrenci oranı ise %5,56'dır.



Şekil 5.15 : Aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin ikametlerinin karşılaştırılması.

Aday-mevcut öğrenciler ile mezun öğrencilerin karşılaştırılabilmesi için SPSS programında elde edilen tablolar kullanılır. Bu iki örneklemin veri sayıları aynı olmadığı ve aslında farklı örneklemler oldukları için tek veri kümesi gibi düşünülemez. Uygunluk analizinin temelinde örneklemdeki verilerin birbirleriyle durumunun karşılaştırılması söz konusudur(Hair ve diğerleri, 2006). Bu bilgi göz önünde bulundurularak ancak aynı içerikteki tabloların karşılaştırılması ve algısal haritaların karşılaştırılması ile yorumlanabileceği söylenir.

Öncelikle satır profillerini sırasıyla aday-mevcut ve mezun öğrenciler için gösteren Çizelge 5.2 ve Çizelge 5.10 kıyaslanacaktır. Bu çizelgelerde karşılaştırma yapabilmek için belirli bir kriter için aday-mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin değerlerine bakılır. Bunların oransal olarak verilen değerlerinin karşılaştırılabileceği gibi aynı zamanda bu belirli kriterin her iki örneklemdeki üniversiteler için algısal önemi karşılaştırılabilir. Bir örnekle; kriter numarası 30 olan danışmanlık için aday-

mevcut öğrenci ile mezun öğrencilerin algıları karşılaştırılacak olursa, aday-mevcut öğrencilerin sırasıyla; hayallerindeki üniversite, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi için değerleri 0.2230, 0.1278, 0.1955, 0.2127, 0.1407 ve 0.1003'tür ve mezun öğrencilerin sırasıyla; hayallerindeki üniversite, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi için değerleri 0.2264, 0.1195, 0.2138, 0.2264, 0.1447, 0.0692'dir. Bu verilere göre danışmanlık kriteri ile ilgili hayal edilen üniversite için aday-mevcut öğrencilerin algısı mezun öğrencilerin algısı ile neredeyse aynıdır ve diğer üniversitelere göre daha fazla orana sahiptir. Bilkent Üniversitesi için bu kıyaslama yapıldığında aday-mevcut öğrencilerin danışmanlık için algılarının önemi mezun öğrencilerin danışmanlık için algılarının öneminden daha büyüktür. Boğaziçi Üniversitesi için bu kıyaslama tam ters yorumlanmaktadır, çünkü Boğaziçi Üniversitesi'nin aday-mevcut öğrenci algı değeri mezun öğrencilerin algı değerinden düşüktür. Mezun öğrenciler Boğaziçi Üniversitesi'nin danışmanlığının daha yüksek olduğunu düşünmektedir. İstanbul Teknik Üniversitesi de Boğaziçi Üniversitesi gibi mezunların gözünde aday-mevcut öğrencilere nazaran daha yüksek orana sahiptir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi için hayal edilen üniversite gibi aday-mevcut öğrencilerin danışmanlık için algıları mezun öğrencilerin danışmanlık algıları ile neredeyse aynıdır. Yıldız Teknik Üniversitesi ise mezunların gözünde danışmanlık kriteri için daha az orana sahiptir.

Birebir üniversite kıyaslamasının yanında Çizelge 5.2 ve Çizelge 5.10'a bakarak karar verilecek bir diğer nokta da belirli kriter için üniversitelerin sıralamaları olabilir. Buna göre danışmanlık kriteri ile ilgili olarak aday-mevcut öğrencilerin oransal sıralaması; hayal edilen üniversite, İstanbul Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi şeklindedir. Mezun öğrenciler için bu oransal sıralama; hayal edilen üniversite ve İstanbul Teknik Üniversitesi(her ikisi de aynı orana sahiptir), Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi şeklindedir. Danışmanlık kriteri için sıralamada belirli bir değişiklik olmamasına rağmen bu her kriter için geçerli olmayabilir. Ayrıca aday-mevcut öğrenciler için algısal oranı 2. sırada olan İstanbul Teknik Üniversitesi mezun

öğrenciler için hayal edilen üniversite ile aynı orana sahip olduğu için 1. sırada yer almıştır.

Aynı kıyaslamalar Çizelge 5.3 ve Çizelge 5.11'e belirtilen sütun profilleri için de yapılabilir. Ancak bu çizelgeler belirli bir üniversite için 51 kriterin oransal karşılaştırılması şeklindedir. 51 kriteri tek tek karşılaştırmak zor olacağı için belirli bir aralıktaki kriterleri karşılaştırarak izah edilmeye çalışılacaktır. Kıyaslama için Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve 10 ile 15 arasındaki kriterler değerlendirilecektir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi için iş bulabilme(kriter 10); aday-mevcut öğrenciler için 0.0292, mezun öğrenciler için 0.0273 olarak belirtilmiştir. Buna göre aday-mevcut öğrencilerin mezun öğrencilere oranla Orta Doğu Teknik Üniversitesi için iş bulabilme algısı daha yüksektir. Kriter 11 ile ifade edilen öğretim elemanı kalitesi Orta Doğu Teknik Üniversitesi için aday-mevcut öğrencilerin algısal oranında 0.0227, mezun öğrencilerin algısında ise 0.0244'tür. Bu verilere göre algısal olarak mezun öğrenciler aday-mevcut öğrencilere nazaran Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin öğretim elemanı kalitesinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Endütri Mühendisliğinin ünü kriteri aday-mevcut öğrenciler için 0.0244 iken mezunlar için 0.0187'dir. Mezunlar, aday-mevcut öğrencilere göre Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin endüstri mühendisliğinin ününün daha düşük olduğunu düşünmektedirler. Burs kriteri olarak ifade edilen kriter 13 için aday-mevcut öğrencilerin oranı 0.0172 ve mezun öğrencilerin oranı 0.0144'tür. Bu oranlara göre mezun öğrenciler aday-mevcut öğrencilere kıyasla Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin burs konusunda daha düşük olduğu görülmektedir. Düşük harç kriteri için aday-mevcut öğrenciler 0.0106'lik oran ile mezun öğrencilerin 0.0129'luk oranından daha düşüktür. Mezun öğrenciler aday-mevcut öğrencilere nazaran Orta Doğu Teknik Üniversitesinin daha düşük harcı olduğunu düşünmektedir. Kriter 15 ile belirtilen barınma Orta Doğu Teknik Üniversitesi için aday-mevcut öğrencilerin algısında 0.0207 oranındadır ve mezun öğrencilerin algısı ise bu üniversite için 0.0187'dir. Bu durumda aday-mevcut öğrenci örnekleminin barınma için algısı bu üniversite için mezunlarınkinden daha yüksektir.

Çizelge 5.5 ve Çizelge 5.13'te görülen boyut değerleri ifadeleri örneklemin aynı örneklem olmaması sebebiyle ve uygunluk analizinin verilerin birbirlerine göre olan konumları göz önüne alınarak yapılmasından dolayı aday ve mevcut öğrenci ile

mezun öğrencilerin karşılaştırılmasını olurlu kılmaz. Buna karşılık katkı ile ilgili çıktılarda karşılaştırma yapılabilinir.

Her iki çizelge için öncelikli olarak noktanın boyuta etkisi sütunlarına bakıldığında en büyük iki değer her iki boyut için bulunur. Buna göre Çizelge 5.5'te kriter 7 olan "şehir" ve kriter 14 ile belirtilen "düşük harç" değerleri 1. boyut için en büyük iki değerdir ve toplamları yüzde 26,98'dir. Bu iki kriter arası 1. boyuttaki değerlerin yüzde 26,98'ini karşılıyor anlamına gelmektedir. Çizelge 5.13'te ise noktanın boyuta etkisi sütununa bakıldığında kriter 7 ve kriter 48'e karşılık gelen şehir ve yabancı dil ifadeleri 1. boyut için en büyük iki değer olup birinci boyuttaki iki uç değeri gösterir. Bu iki değerin toplamı olan %28,11'in anlamı ise birinci boyutta bu iki değer arasındaki verilerin %28,11'ini karşıladığını ifade eder. Bu verilere bakılarak şehir kriteri her iki örneklem, aday ve mevcut ile mezun öğrenci örneklemleri, için 1. boyutta uç noktayı ifade eder.

Benzer şekilde, aday ve mevcut öğrenciler için Çizelge 5.5.'e bakıldığında kriter 7 olan "şehir" ve kriter 47 olan "program esnekliği" değerleri 2. boyut için en büyük iki değerdir. Bunların toplamı yüzde 26,29'dur. Bu iki kriter arası 2. boyuttaki değerlerin yüzde 26,29'unu kapsıyor anlamına gelir. Bunun yanısıra, mezun öğrenciler için 2. boyuttaki kriter 27 ve kriter 36; yani kültürel olanaklar ve köklü endüstri mühendisliği kriterleri en büyük iki değerdir. Bu iki değer de 2. boyuttaki uç noktaları gösterir. Değerlerin toplamı olan %28,75, 2. boyut için bu iki kriter arasında temsil edilen miktarı yüzdesel olarak gösterir.

Değerlerin toplamlarının yaklaşık yüzde 26-29 değerleri arasında olması kriterlerin fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Çizelge 5.5 ve 5.13'te bir diğer göze çarpan ve önemli görülecek nokta ise boyutun noktaya etkisi sütunlarıdır. Burada belirtilen değerler birinci ve ikinci boyut için ayrı ayrı belirtilmiş ve bunların toplam değeri toplam sütununun altında gösterilmiştir. Birinci ve ikinci boyut değerlerinden büyük olan belirlenir ve böylece her kriterin yer alacağı boyut belirlenmiş olur. Başka bir ifade ile o kriterin temsil edildiği boyutu gösteren, satırdaki büyük olan değerdir. Toplam değerin 0,50'den az olması ise ilgili satır değerinin(kriterin) daha az ifade edildiği anlamına gelmektedir(Hair ve diğerleri, 2006).

Aday ve mevcut öğrencilere göre (Çizelge 5.5); eğitim-öğretim kalitesi, eğitim maliyeti, motive edicilik, şehir, şehir lokasyonu, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, burs, düşük harç, barınma, kütüphane, kariyer, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, spor olanakları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, yurt dışında çalışma, mezun memnuniyeti, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslararası kabul gibi kriterlere 1. boyutun daha çok katkı yaptığını gösterir. Çizelge 5.13 ile ifade edilen mezun öğrencilerin çıktılarına göre ise 1. boyut; üniversitenin ünü, eğitim maliyeti, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, düşük harç, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, yurtdışında çalışma, mezun memnuniyeti, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul, Türkiye sırası kriterlerini bünyesinde barındırır.

Her iki tablo karşılaştırıldığında 1. boyutta eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, öğretim elemanı kalitesi, düşük harç, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, yurtdışında çalışma, mezun memnuniyeti, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul kriterlerinin hem aday ve mevcut öğrenciler için hem de mezun öğrenciler için bulunduğu görülmektedir.

Çizelge 5.5'te üniversite ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, iş bulabilme, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, kampus hayatı, adil notlandırma, kültürel olanaklar, danışmanlık, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, sağlık olanakları, program esnekliği, Türkiye sıralaması gibi kriterlere de 2. boyutun daha çok etki ettiğini göstermektedir. Çizelge 5.13 ise eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, motive edicilik, genel olanaklar, endüstri mühendisliği ünü, burs, barınma, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, kampüs hayatı, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ders

çeşitliliği, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil kriterlerine ikinci boyutun etkisinin olduğunu gösterir.

Çizelge 5.5 ve Çizelge 5.13 birlikte değerlendirildiğinde hem aday ve mevcut hem de mezun öğrenciler için aile tavsiyesi, iyi araştırmalar, kampüs hayatı, adil not, kültürel olanaklar, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, ders çeşitliliği, sağlık olanakları ve program esnekliğinin 2. boyuttan daha çok etkilendiği söylenebilir.

Çizelge 5.6 ve Çizelge 5.14 yukarıda bahsedilen çizelgelerle benzerlik gösterir. Bu çizelgelerden öncekilerden farklı olarak kriterlerin boyut ile ilişkileri değil üniversitelerin boyut ile ilişkileri değerlendirilir. Noktaların boyuttaki değerleri kıyaslama yapmak için doğru kriterler değildir. Örneklem boyutu ve örneklemlerin yapısı farklı olduğu için ve uygunluk analizinde örneklemdeki değerlerin birbirleriyle ilişkilerine bakıldığı (Hair ve diğerleri, 2006) için boyut değerleri karşılaştırılamaz. Etki diye bahsedilen sütunların kıyası yapılabilir.

Aday ve mevcut öğrenciler için Çizelge 5.6'daki noktanın boyuta etkisi sütunundaki değerlerden en büyük iki değer bulunur. 1. boyut için en büyük iki değer; 0,5682 ile Yıldız Teknik Üniversitesi ve 0,3336 ile Bilkent Üniversitesi'dir. Bu iki değerin toplamı %90,18'dir ve bu değerlendirme sonucunda 1. boyut için Yıldız Teknik Üniversitesi ile Bilkent Üniversitesi arasındaki noktalar %90,18 oranında açıklanabilmektedir. Bu iki noktadan biri 1. boyutun bir ucunu diğeri de diğer ucunu temsil etmektedir. Benzer şekilde mezun öğrencilerin sütun sonuçlarını Çizelge 5.14'teki noktanın boyuta etkisi sütununda birinci boyut için en yüksek iki değeri gösteren Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'dir. Bu iki değerin toplamı olan %91,92 ise bahsedilen iki üniversite arasındaki temsil edilen veri yüzdesini göstermektedir. Bu durumda 1. boyut için hem aday ve mevcut öğrenci hem de mezun öğrencilerin düşünceleri paralellik göstererek uç iki üniversiteyi Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesi olarak belirtmiştir.

Aday ve mevcut öğrenciler için Çizelge 5.6'ya bakıldığında 2. boyuttaki değerleri sırasıyla; 0,6539 ve 0,3231 olan hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesinin ve en büyük iki değerdir. Bu değerler hayal edilen üniversite ile Boğaziçi Üniversitesi'nin 2. boyutta uç noktalarda olduğunu gösterir ve iki değerin toplamı olan yüzde 97,70 oranıyla 2. boyutun bu oranda açıklanabildiğini belirtir. Mezun

öğrenciler için Çizelge 5.14'e bakıldığında 2. boyut değerlerinde hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesi en büyük iki değere karşılık gelen üniversitelerdir. Bu iki değer arasında %60,04 oranında ikinci boyutta temsil olduğu söylenebilir. Hem aday ve mevcut öğrenciler hem de mezun öğrenciler 2. boyut için Boğaziçi Üniversitesini ve hayal edilen üniversiteyi uç iki nokta olarak belirlemişlerdir.

Bu iki çizelgede kıyaslanacak bir başka sütun ise boyutun noktaya etkisi sütunudur. Boyutun noktaya etkisi sütunundaki değerlerde tablodaki her satır(her üniversite) için birinci ve ikinci boyuttaki en büyük değer alınır. Böylece her üniversitenin yer alacağı boyut belirlenmiş olur. Aday ve mevcut öğrenciler için Çizelge 5.6'daki en büyük değerlere bakıldığında Bilkent Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'ne 1. boyutun daha çok etkidiği görülür. Buna karşılık mezun öğrencilerin çizelgesi olan Çizelge 5.14'te boyutun noktaya etkisi sütununa bakıldığında Bilkent Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi birinci boyutta yer alan üniversitelerdir. Her iki örneklem için Bilkent Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi 1. boyutta yer alır.

Çizelge 5.6'ya bakıldığında hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesi'ne ise 2. boyutun daha çok etki yaptığı görülmektedir. Mezun öğrencilerin değerlerini gösteren Çizelge 5.14'te ise hayal edilen üniversite, Boğaziçi Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi ise ikinci boyuttaki üniversitelerdir. Hem aday ve mevcut öğrenci hem de mezun öğrenciler için hayal edilen üniversite ve Boğaziçi Üniversitesi 2. boyutta temsil edilen üniversitelerdir. İstanbul Teknik Üniversitesi ise aday ve mevcut öğrenciler ile mezun öğrenciler arasında boyut düzeyinde farklılık gösteren üniversitedir.

Tüm SPSS çıktılarının ardından algısal haritayı sayısal şekilde ifade etmeyi sağlayan ki-kare uzaklık değerleri önemli çizelgelerdir. Önceden bahsedilen formüller ile hesaplanan ki-kare uzaklıkları kriterler(ölçütler) ile üniversiteler arasındaki uzaklık ilişkisini kurmayı sağlar.

Çizelge 5.8 aday ve mevcut öğrenciler için Çizelge 5.15 de mezun öğrenciler için ki-kare uzaklıklarını göstermektedir. Bu değerlerin negatif olması satırın(kriterin) sütuna(üniversiteye) uzak olduğunu, başka bir ifade ile aralarında yakın ilişki

olmadığını gösterir(Hair ve diğerleri, 2006). Pozitif değerler ise satırın(kriterin) sütun ile yakın olduğunu ve aralarında pozitif bir ilişki olduğunu gösterir(Hair ve diğerleri, 2006).

Şekil 5.10 ve Şekil 5.13'teki algısal haritalara bakıldığında yatay eksenin isimlendirilmesi aynı olmasına karşın düşeyde farklılıklar oluşmuştur. İki örneklem arasındaki karşılaştırmayı yaparken bu farklı eksen isimlerinden dolayı üniversiteleri eksenlere göre belirlemek yerine ki-kare değerleri ve algısal haritadaki konumları göz önüne alınacaktır.

Şekil 5.10'daki algısal haritaya bakıldığında Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin birbirinden fazla uzakta olmadığı, ancak bazı özellikler(kriterler) yönüyle farklılık gösterdiği söylenebilir. Bunun yanında Yıldız Teknik Üniversitesi diğer beş üniversiteden oldukça uzaktadır. Bilkent Üniversitesi ve hayal edilen üniversitenin de beş üniversiteye uzak olduğu söylenebilir. Bu üç üniversite(Bilkent Üniversitesi, hayal edilen üniversite ve Yıldız Teknik Üniversitesi) diğer üniversitelerden uzakta ve kendilerine özgü bazı özellikler(kriterler) ile öğrencilerin algılarında yer almaktadır.

Şekil 5.13'teki mezunlar için olan algısal haritaya bakıldığında ise mezunlar gözünde İstanbul Teknik Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi aynı üniversite denilebilecek kadar yakın iki üniversite olduğu görülür. Buna karşın hayal edilen üniversite, Bilkent Üniversitesi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi bazı belirgin özelliklere(kriterlere) sahip birer üniversite olarak algılanmıştır.

Buradan her iki örneklem için Boğaziçi Üniversitesi ile İstanbul Teknik Üniversitesi'nin bu özellikler(kriterler) baz alınarak benzer üniversiteler olduğu söylenebilir. benzer şekilde, algısal haritalara bakılarak, hayal edilen üniversite, Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi her iki örneklem için belirli özellikleriyle farklılaşan üniversitelerdir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi ise aday-mevcut öğrenciler için Boğaziçi ve İstanbul Teknik Üniversitesi ile benzer gibi görünürken mezun öğrenciler için belirli özellikleriyle ön plana çıkan üniversite olarak algılanmaktadır.

Çizelge 5.8 ve Şekil 5.10'a birlikte bakıldığında aday ve mevcut öğrencilerin anketlere verdiği cevaplar sonucunda endüstri mühendisliği alanında hayal edilen üniversite için sırasıyla kriter 14, 17, 20, 26, 28, 30, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 46 ve

47'yi temsil eden; düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, adil notlandırma, ders içerikleri, danışmanlık, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliği pozitifitr. Algısal haritada da görüldüğü gibi hayal edilen üniversiteye bu bahsedilen kriterler oldukça yakındır. Bu, bahsi geçen kriterlerin hayal edilen üniversiteyi temsil eden kriterler olarak algılandığını gösterir. Sırasıyla 1, 4, 5, 7, 10, 11, 15, 23, 24, 27, 35 ve 51 kriterlerine karşılık gelen; üniversite ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, barınma, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, kültürel olanaklar, çevrenin etkisi ve Türkiye sırası noktalarına hayal edilen üniversite uzaktır. Bu kriterler de hayal edilen üniversitelere algısal olarak uzak olan kriterler olduğu anlamına gelmektedir.

Mezunların algılarını gösteren Şekil 5.13 ve Çizelge 5.15'e birlikte bakıldığında hayal edilen üniversite için sırasıyla 13, 15, 25, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 34, 37, 41, 42, 46, 47 ve 48 numaralı burs, barınma, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, ders içerikleri, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları, program esnekliği ve yabancı dil kriterlerine yakın olduğu; bunun yanında 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 16, 18, 22, 24, 35, 36, 38, 39, 40, 49, 50 ve 51 kriterleri sırasıyla; üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, eğitim maliyeti, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, genel olanaklar, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, kariyer, uzman kadro, bilgisayar olanakları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, mezun maaşı, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, üniversite kalitesi, uluslararası kabul ve Türkiye sırasına uzak olduğu görülmektedir.

Her iki örneklem arasında bir karşılaştırma yapıldığında hayal edilen üniversitenin yakın olduğu kriterler sırasıyla 26, 28, 30, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 46 ve 47 ile ifade edilen adil notlandırma, ders içerikleri, danışmanlık, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliğidir.

Çizelge 5.8'e bakıldığında Bilkent Üniversitesi ile kriter 1, 10, 11, 13, 18, 19, 24, 37, 44, 46, 48 ve 50; sırasıyla üniversitenin ünü, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, burs, kariyer, olanakların modernliği, bilgisayar olanakları, dünya sıralaması, yurt

dışında çalışma, sağlık olanakları, yabancı dil ve uluslararası kabul anlamına gelmektedir ve bu üniversiteye yakın noktaları temsil etmektedir. Çizelge 5.15'te mezunların algısı ile oluşan ki-kare değerlerine göre Bilkent Üniversitesi için yakın olan noktalar 1, 5, 19, 24, 25, 27, 44, 48, 50 ve 51 ile belirtilen üniversite ünü, arkadaş tavsiyesi, olanakların modernliği, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, kültürel olanaklar, yurt dışında çalışma, yabancı dil, uluslar arası kabul ve Türkiye sırasıdır. Buna göre hem aday-mevcut öğrenciler hem de mezun öğrencilerin algısında kriter 1, 19, 24, 44, 48 ve 50 ile belirtilen üniversitenin ünü, olanakların modernliği, bilgisayar olanakları, yurtdışında çalışma, yabancı dil ve uluslar arası kabul Bilkent Üniversitesi'ne yakın olan kriterleridir.

Bunların aksine bu üniversite için 3, 4, 6, 7, 8, 12, 14, 17, 20, 28, 29, 33, 34, 39, 40 ve 42 kriterlerine sırasıyla karşılık gelen; eğitim maliyeti, aile tavsiyesi, motive edicilik, şehir, şehir lokasyonu, endüstri mühendisliği ünü, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanları ve odalarla bağlantıya oldukça uzak olduğu hem Çizelge 5.8'de görülebilmekte hem de Şekil 5.10'daki algısal haritada farkedilebilmektedir. buna karşılık Çizelge 5.15 ve Şekil 5.13'e birlikte bakıldığında 7, 8, 14, 17, 18, 20, 26, 28, 29, 31, 33, 34, 39, 40, 41, 42, 46 ve 47 numaralı kriterler olan şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, adil not, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, spor olanakları, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliğine uzak olduğu görülür. Hem aday-mevcut öğrenci hem de mezun öğrencilerin algılarında Bilkent Üniversitesi için kriter 7, 8, 14, 17, 20, 28, 29, 33, 34, 39, 40 ve 42'ye karşılık gelen şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, iyi araştırmalar, ders içerikleri, şehir sosyal hayatı, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, köklü endüstri mühendisliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanları ve odalarla bağlantı noktalarına uzaktır.

Aday-mevcut öğrenciler için olan Çizelge 5.8'deki Boğaziçi Üniversitesi sütunundaki değerlere bakıldığında 1, 4, 5, 7, 8, 11, 23, 27, 35, 43, 48 ve 51 olarak belirtilen; üniversitenin ünü, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, öğretim elemanı kalitesi, kampüs hayatı, kültürel olanaklar, çevrenin etkisi, öğretim

elemanlarının ünü, yabancı dil ve Türkiye sırası yüksek pozitif değerle olarak göze çarpmaktadır. Bu kriterler Şekil 5.10'daki algısal haritada da görüldüğü gibi Boğaziçi Üniversitesi'ne yakın noktalardır. Benzer çizelge olan ve mezun öğrencilerin algılarını gösteren Çizelge 5.15'teki Boğaziçi Üniversitesi değerleri incelendiğinde kriter numaları 2, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 20, 28, 30, 35, 36, 40 ve 51 olarak sırasıyla ifade edilen eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, şehir, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, ders içerikleri, danışmanlık, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı ve Türkiye sırası kriterlerine Boğaziçi Üniversitesinin yakın olduğu görülür. Bu çizelgelere ve haritalar kıyaslandığında kriter 4, 5, 7, 11, 35 ve 51 ile ifade edilen aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, öğretim elemanı kalitesi, çevrenin etkisi ve Türkiye sırası her iki örneklemde de Boğaziçi Üniversitesi'ne yakın olan noktalardır.

Ayrıca, sırasıyla 3, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 26, 34, 39, 40, 41, 42, 46 ve 47 kriterleri; eğitim maliyeti, genel olanaklar, burs, düşük harç, barınma, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, adil notlandırma, üniversite-sanayi işbirliği, mezun maaşı, ulaşım imkanları, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, sağlık olanakları ve program esnekliği ise Boğaziçi Üniversitesi'ne uzak olan kriterleri göstermektedir. Bu değerler Çizelge 5.8 ve Şekil 5.10'daki aday-mevcut öğrenci değerlerinden görülmektedir. Mezun öğrenciler için Çizelge 5.15 ve Şekil 5.13'e bakıldığında 13, 15, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 41, 42, 44, 46, 47, 48 ve 50 numaralı kriterler olan burs, barınma, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil ve uluslar arası kabule uzaktır. Her iki örneklemin Boğaziçi Üniversitesi için algıları kıyaslandığında 13, 15, 26, 34, 41, 42, 46 ve 47 kriterleri olan burs, barınma, adil not, üniversite-sanayi işbirliği, ders çeşitliliği, odalarla bağlentı, sağlık olanakları ve program esnekliği noktalarına uzak olduğu görülür.

İstanbul Teknik Üniversitesi için Çizelge 5.8 ve Şekil 5.10'da verilen aday-mevcut öğrencilerin algıları ile 1, 2, 5, 7, 8, 12, 16, 17, 21, 22, 30, 34, 35, 36, 40, 42, 43 ve 51 kriterlerlerine sırasıyla karşılık gelen; üniversite ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane,

öğretim elemanı ilişkileri, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, danışmanlık, üniversite-sanayi işbirliği, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı, odalarla bağlantı, öğretim elemanlarının ünü, Türkiye sırası kriterleri bu üniversiteye yakın olduğunu gösteren pozitif değerleri kapsamaktadır. Bunun aksine, aynı çizelge ve şekilde kriter 13, 19, 23, 24, 26, 27, 32, 33, 38, 48 ve 50 sırasıyla; burs, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, adil notlandırma, kültürel olanaklar, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, mezun maaşı, yabancı dil ve uluslararası kabul gibi kriterlere uzaktır.

Çizelge 5.15 ve Şekil 5.13'teki mezunların algılarını gösteren çizelge ve şekile bakıldığında İstanbul Teknik Üniversitesi için yakın olan noktalar 2, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 20, 28, 30, 35, 36, 40 ve 51 olarak sırasıyla ifade edilen eğitim-öğretim kalitesi, aile tavsiyesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, şehir, genel olanaklar, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, iyi araştırmalar, ders içerikleri, danışmanlık, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı ve Türkiye sırası kriterleridir. Sırasıyla 13, 15, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 38, 41, 42, 44, 46, 47, 48 ve 50 numaralı kriterler olan burs, barınma, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, adil not, kültürel olanaklar, spor olanakları, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, üniversite-sanayi işbirliği, mezun maaşı, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil ve uluslar arası kabul noktalarına İstanbul Teknik Üniversitesi uzaktır.

Aday-mevcut öğrenciler ile mezun öğrenciler karşılaştırıldığında İstanbul Teknik Üniversitesi için eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, şehir, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, danışmanlık, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, ulaşım imkanı ve Türkiye sırasına karşılık gelen kriter 2, 5, 7, 12, 16, 17, 30, 35, 36, 40 ve 51'e yakın olduğu söylenebilir. Bunun yanında her iki örneklem için İstanbul Teknik Üniversitesine uzak olan noktalar ise kriter 13, 19, 23, 24, 26, 27, 32, 33, 38, 48 ve 50 ile ifade edilen ve sırasıyla; burs, olanakların modernliği, kampüs hayatı, bilgisayar olanakları, adil notlandırma, kültürel olanaklar, öğrenci odaklılık, endüstri mühendisliği branşları, mezun maaşı, yabancı dil ve uluslararası kabul gibi kriterlere uzaktır.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin aday-mevcut öğrenciler için oluşan algılara göre yakın olan kriterler sırasıyla 1, 2, 6, 10, 11, 12, 18, 22, 23, 25, 36, 37, 45, 46, 49 ve 51; üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, motive edicilik, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kariyer, uzman kadro, kampüs hayatı, akademik olanaklar, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun memnuniyeti, sağlık olanakları, üniversite kalitesi ve Türkiye sırasıdır. Bu noktaların yakın olduğunu Çizelge 5.8 ve Şekil 5.10'daki algısal haritadan anlaşılalmaktadır. Bunun yanında sırayla 7, 8, 14, 17, 19, 21, 24, 29, 30, 32, 38, 40, 41, 43 ve 47 olan şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, öğretim elemanı ilişkileri, olanakların modernliği, eğitim-öğretim etkinliği, bilgisayar olanakları, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, öğrenci odaklılık, mezun maaşı, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği, öğretim elemanlarının ünü ve program esnekliği Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne uzak olan noktalardır.

Mezunların algılarını gösteren Çizelge 5.15 ve Şekil 5.13'e birlikte bakıldığında Orta Doğu Teknik Üniversitesi için yakın olan kriteler sırayla 1, 5, 9, 10, 11, 18, 20, 21, 22, 25, 31, 33, 35, 38, 43, 44, 46, 49, 50 ve 51 karşılık gelen üniversitenin ünü, arkadaş tavsiyesi, genel olanaklar, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, kariyer, iyi araştırmalar, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, akademik olanaklar, spor olanakları, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, yurt dışında çalışma, sağlık olanakları, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul ve Türkiye sırasıdır. 4, 7, 8, 13, 14, 16, 19, 26, 29, 30, 40, 41, 42, 45, 47 ve 48'e karşılık gelen aile tavsiyesi, şehir, şehir lokasyonu, burs, düşük harç, kütüphane, olanakların modernliği, adil not, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, ulaşım imkanları, ders çeşitliliği, odalarla bağlantı, mezun memnuniyeti, program esnekliği ve yabancı dil kriterleri Orta Doğu Teknik Üniversitesine uzak olan noktalardır.

Her iki örneklem karşılaştırıldığında Orta Doğu Teknik Üniversitesi için yakın olan noktalar sırasıyla 1, 10, 11, 18, 22, 25, 46, 49 ve 51; üniversite ünü, iş bulabilme, öğretim elemanı kalitesi, kariyer, uzman kadro, akademik olanaklar, sağlık olanakları, üniversite kalitesi ve Türkiye sırasıdır. Buna karşın Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne sırayla 7, 8, 14, 19, 29, 30, 40, 41 ve 43 olan şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, olanakların modernliği, şehir sosyal hayatı, danışmanlık, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği ve öğretim elemanlarının ünü kriterleri her iki örneklemde de uzak olan kriterlerdir.

Son olarak Çizelge 5.8 ve Şekil 5.10'daki 3, 7, 8, 14, 15, 29, 34, 39 ve 40 kriterlerine karşılık gelen eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, barınma, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, barınma maliyeti ve ulaşım imkanı Yıldız Teknik Üniversitesi'ne aday-mevcutöğrencilerin algısıyla yakın olan kriterlerdir. Aynı örneklem için sırasıyla 1, 2, 5, 6, 11, 12, 13, 16, 18, 20, 22, 35, 36, 37, 38, 43, 44, 45, 48, 49, 50 ve 51 kriterleri üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicililik, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, burs, kütüphane, kariyer, iyi araştırmalar, uzman kadro, çevre etkisi, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, yurt dışında çalışma, mezun memnuniyeti, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslararası kabul ve Türkiye sırası ise Yıldız Teknik Üniversitesi'ne uzak olan noktalardır.

Mezun öğrencilerin algılarıyla oluşturulan Çizelge 5.15 ve Şekil 5.13'e bakıldığında Yıldız Teknik Üniversitesi'ne yakın olan noktalar; 3, 7, 8, 14, 15, 29, 34, 39, 40, 41 ve 42 ile belirtilen eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, barınma, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, barınma maliyeti, ulaşım imkanı, ders çeşitliliği ve odalarla bağlantıdır. Sırasıyla 1, 2, 5, 6, 11, 12, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 28, 30, 33, 35, 36, 37, 38, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50 ve 51'i temsil eden üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicilik, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, kütüphane, öğretim elemanı ilişkileri, kariyer, olanakların modernliği, iyi araştırmalar, eğitim-öğretim etkinliği, uzman kadro, bilgisayar olanakları, akademik olanaklar, kültürel olanaklar, ders içerikleri, danışmanlık, endüstri mühendisliği branşları, çevrenin etkisi, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, mezun memnuniyeti, sağlık olanakları, program esnekliği, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslar arası kabul ve Türkiye sırası kriterlerine uzaktır.

Her iki örneklem kıyaslandığında Yıldız Teknik Üniversitesi'ne yakın olan kriterler sırasıyla; 3, 7, 8, 14, 15, 29, 34, 39 ve 40 kriterlerine karşılık gelen eğitim maliyeti, şehir, şehir lokasyonu, düşük harç, barınma, şehir sosyal hayatı, üniversite-sanayi işbirliği, barınma maliyeti ve ulaşım imkanı kriterleridir. Yine aynı örneklem ve üniversite için uzak olan noktalar ise sırasıyla 1, 2, 5, 6, 11, 12, 13, 16, 18, 20, 22, 35, 36, 37, 38, 43, 45, 48, 49, 50 ve 51 kriterleri üniversitenin ünü, eğitim-öğretim kalitesi, arkadaş tavsiyesi, motive edicililik, öğretim elemanı kalitesi, endüstri mühendisliği ünü, burs, kütüphane, kariyer, iyi araştırmalar, uzman kadro, çevre

etkisi, köklü endüstri mühendisliği, dünya sıralaması, mezun maaşı, öğretim elemanlarının ünü, mezun memnuniyeti, yabancı dil, üniversite kalitesi, uluslararası kabul ve Türkiye sırası noktalarıdır.

Bölüm 5.3.1, bölüm 5.3.2 ve bölüm 5.3.3'te oluşturulan algısal haritaların ve kıyaslamaların elde bulunan 563 aday-mevcut öğrenci ve 54 mezun öğrenci için geçerli olduğunu tekrar etmekte yarar vardır. Bu haritaları genel bir sonuca bağlamak doğru olmayacaktır. Örneklemin genişlemesi ve homojenleşmesi ile haritada değişiklikler olabilecektir. Bu haritalar ve çizelgeler mevcut örneklem için geçerli olan algılar olup değişiklik gösterebilir.

5.4 Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Bu çalışma aday ve mevcut öğrencilerin bulunduğu 563 kişilik örneklem ve mezunları kapsayan 54 kişilik örneklemden oluştuğundan örneklem sayısı özellikle mezun öğrenciler için genişletilebilinir.

Özellikle mevcut öğrenciler seçilirken mümkün olduğu kadar bahsi geçen beş üniversitenin endüstri mühendisliğinden seçilmeye çalışılmıştır. Ancak Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nden alınan anketler hemen hemen aynı sayıda iken; Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nden katılan katılımcı sayısı çok azdır. Endüstri mühendisliği için yapılan bu konumlandırma için Bilkent Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nden katılımcı sayıları artırılabilinir.

Mevcut öğrenciler için bahsi geçen beş üniversitenin dışında başka üniversitelerde okuyan öğrenciler eklenerek örneklemin genişletilmesi homojenliği artıracaktır. Kendi üniversiteleri ile diğer dört üniversiteyi kıyaslamaktan ziyade daha objektif yaklaşılmasını sağlayacak ve örneklemin daha güvenilir olmasına zemin hazırlayacaktır. Ayrıca aday öğrencilerin örneklemi çoğunluğu İstanbul'dan olan öğrencilerden oluşmaktadır. Bu durumu da başka illerde genişleterek, Türkiye genelindeki algıya ulaşmada daha iyi sonuçlar alınabilir.

Bir diğer geliştirilebilecek yön ise bu çalışmanın yalnızca endüstri mühendisliği bölümünü kapsamasıdır. Bu çalışma istenirse uygun şekilde diğer bölümlere ve/veya tüm üniversiteyi kapsayacak şekilde yeniden düzenlenebilinir.

6. SONUÇLAR

Türkiye'nin belirli üniversitelerinden olan Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi ile öğrencilerin hayal ettikleri üniversiteler arasındaki benzerlikleri ve farklılaşmaları görebilmek için detaylı bir şekilde araştırılan literatürden sonra kriterler belirlenmiştir. Bu geniş araştırma neticesinde elde edilen kriterlerin Türkiye için uygun olup olmadığı bir odak grup çalışmasıyla pekiştirilmiştir. Böylece ankette sorulması gereken kriterler belirlenmiştir.

Ardından anket çalışmasıyla aday-mevcut öğrenciler ile mezun öğrencilerin sonuçları elde edilmiştir. Örneklem genişletilerek sonuçlar değişebilir ve ayrıca bu sonuçlar genelleştirilmemeli, anketi dolduran öğrenciler gözüyle oluşan algı olduğu unutulmamalıdır.

Ankette, anketi dolduran örneklemin demografik bilgileri bulunmaktadır. Bu bilgiler grafikler ile açıklanmıştır.

Ayrıca, anket çalışmasındaki kriterlerin frekansları sayılarak uygunluk analizi için veriler toparlanmıştır. Daha sonra SPSS programı yardımıyla tablolar elde edilmiş ve bu tablolar yorumlanmıştır. Aday-mevcut öğrenciler ve mezun öğrencilerin algıları ayrı ayrı değerlendirilmiştir. İki ayrı örneklemin yorumlanmasının ardından birbirleri ile karşılaştırılması yapılmıştır.

Son olarak da gelecek çalışmalar için öneriler verilmiştir, örneklem genişlediğinde daha iyi sonuçlar elde edileceğinden bahsedilmiş ve bu algıların genelleştirilmeyip, anketi dolduran kişilerin algıları olduğu vurgulanmıştır.

KAYNAKLAR

Aaker D.A., Shansby G. J., 1982, "Positioning Your Product", *Business Horizons*, 25, 56-62.

Alreck, P. L., Settle, R. B., 1999, "Strategies for building brand preference", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 8, No.2, sf. 130-144.

Ashenden, D., Milligan, S., 1995, " *The Australian good universities guide to Australian Universities*", Melbourne: Reed Reference.

Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F., 1998, "Strategic marketing in a changing enviroment- are the new UK universities in danger of being" stuck in the middle"?", *The International Journal of Management*, Vol. 12, No. 3, sf. 108.

Baldwin, G., James, R., 2000, "The market in Australian higher education and the concept of student as informed consumer", *Journal of Higher Education Policy and Management*, Vol. 22, No. 2, Kasım , sf. 139-148.

Belanger, C., Mount, J., Wilson, M., 2002, "Institutional image and retention", *Tertiary Education& Management*, Vol. 8, No. 3, sf. 217-230.

Binsardi, A., Ekwulugo, F., 2003, "International marketing of British education: research on the students' perception and the Uk market penetration", *Marketing Intelligence& Planning*, Vol. 21, No.5, sf. 318-327.

Blankson, C., Kalafatis, S. P., 2006, "Positioning strategies of international and multicultural-oriented service brand", *Journal of Services Marketing*, Vol.21, No.6, sf. 435-450.

BMRB, 1998, "International Student Survey; Summary of Results", *BMRB for Hobson, Independent Research Company*.

Bourke, A., 2000, "A model of the determinants of international trade in higher education", *The Service Industries Journal*, Vol. 20, No.1, sf. 110-138.

Briggs, S., Wilson, A., 2007, "Which university? A study of the influence of cost and information factors on scottish undergraduate choice", *Journal of Higher Education Policy and Management*, Vol.29,No.1, sf.57-72.

Browne, B. A., Kaldenberg, D. O., Browne, W. B., Brown, D., 1998, "Student as customer: Factors Affecting Satisfaction and Assessments of Institutional Quality", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol.8, No.3,sf. 1-14.

Chapman, D. W., 1981, "A model of student college choice", *Journal of Higher Education*, Vol. 52, No. 5, sf. 490-505.

Charon, A., Wauters, J. P., 2008, "University ranking: a new tool for the evaluation of higher education in Europe", *Nephrol Dial Transplant*, Vol. 23, sf. 62-64.

Conway, T., Mackay, S., Yorke, D., 1994, "Strategic planning in higher education: Who are the customers?", *The International Journal of Educational Management*, Vol. 8, No. 6, sf. 29-36.

Cubillo, J.M., Sanchez, J., Cervino, J., 2006, "International students' decision-making process*", International Journal of Educational Management*, Vol. 20, No. 2, sf. 101-115.

Cubillo-Pinilla, J.M., Zunigo, J., Losentoz, I.S, Sanchez, J., 2009, "Factor influencing international students' evaluations of higher education programs", *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 15, Num. 1, Eylül 2009.

Donalson, B., McNicholos, C., 2004, "Understanding the postgraduate education market for UK-based students: A review and empirical study", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sectors Marketing*, Vol. 9, No. 4, sf. 346-360.

Dondero, G.M., 1997, "Organizational climate and teacher autonomy: Implications for educational reform", *International Journal of Educational Management*, Vol.11, No. 5, sf. 218-221.

Donellan, J., 2002, "The impact of marketer controlled factors on college-choice decisions by students at a public research university", *University of Massachusetts Amherst*.

Downie, N., Möller, I., 2002, "The Ramsden course experience questionnaire: A pilot study of final-year students taking hospitality, leisure, sport and tourism degree courses", *Journal of Hospitality, Leisure, Sport& Tourism Education*.

Doyle, J.L., 1998, "Class, consumerism and education", *International Journal of Educational Management*, Vol.12, No. 4, sf. 183-187.

Doyle, P., Lynch, J., 1976, "Long range planning for universities", *Long Range Planning*, sf. 39-46.

Elliott, K. M. ; Healy, M. A., 2001, "Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention", *Journal of Marketing for Higher Education,* Vol. 10, No. 4, sf. 1-12.

Erdmann, D. G., 1983, "An examination of factors influencing student choice in the college selection process", *Journal of College Admission*, Part. 100, sf. 3-6.

Ford, J.B, Joseph, F., Joseph, B., 1999, "Importance performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA", *The Journal of Services Marketing*, Vol.13, No.2, sf. 171.

Freeman, I., Thomas, M., 2005, "Consumerism in education A comparison between Canada and the UK", *Emerald Research Register*. Vol.19, No. 2, sf. 153-177.

Friedman, M.L., Smith, L.J., 1993, "Consumer evaluation processes in a service setting", *Journal of Services Marketing*, Vol.7, No.2, sf. 47-61.

Garver M.S., Divine R.L., 2007," Conjoint Analysis of Study Abroad Preferences: Key Attributes, Segments and Implications for Increasing Student Participation", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol.17, No.2, sf. 189-215

Gatfield, T., Barker, M., Graham, P., 1999, "Measuring student quality variables and the implications for management practices in higher education institutions: An Australian and international student perspective", *Journal of Higher Education Policy and Management*, Vol.21,No.2, sf.239-252.

Gatfield, T., Barker, M., Graham, P., 1999, "Measuring communication impact for university advertising metarials", *Corporate Communications*, Vol. 4, No. 2, sf. 73-81.

Gerke-Newman C.M., 1998, *An evaluation of marketing positioning in four year colleges and universities*, Thesis (PhD), University of Pennsylvania.

Gomes, L., Murphy, J., 2003, "An exploratory study of marketing international education online", *The International Journal of Education Management*, Vol. 17, No.2, sf. 116-126.

Gorman, W. P., 1976, "An evaluation of student attracting methods and university features by attending students", *College and University*,Vol. 51,No. 2, sf.220-225.

Graves, L. M., Karren, R. J., 1992, "Interviewer decision processes and effectiveness: An experimental policy-capturing investigation*",* *Personnel Psychology*, Vol. 45, No. 2, sf. 313-340.

Graves, L. M., Karren, R. J., 1992, "Interviewer decision processes and effectiveness: An experimental policy-capturing investigation*",* *Personnel Psychology*, Vol. 45, No. 2, sf. 313-340.

Gray, B. J., Fam, K. S., Llanes, V. A., 2003, "Branding universities in Asian markets", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 12, No.2, sf.108-120.

Grönroos, C., 1994, "Quo vadis marketing? Towards a relationship marketing paradigm", *Kournal of Marketing*, Vol. 10, sf. 347-360.

Guolla, M., 1999, "Assesing the teaching quality to student satisfaction relationship: Applied customer satisfaction research in the classroom", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 10, No. 4, sf. 35-49.

Gutman, J., Miaoulis, G., 2003, "Communicating a quality position in serivce delivery: an application in higher education", *Managing Service Quality*, Vol. 13, No.2, sf. 105-111.

Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., 2006, Multivariate Data Analysis, *New Jersey, Prentice Hall, 6th Edition*.

Hall, R., 1993, "A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage", *Strategic Management Journal*, Vol. 14, sf. 607-618.

Harrison-Walker, L. J., 2009, "Strategic positioning in higher education", *Academy of Educational Leadership Journal*, Vol. 13, No. 1, sf. 103-111.

Hesketh, A.J., Knight, P. T., 1999, "Postgraduates' choice of programme: Helping universities to market and postgraduates to choose", *Studies in Higher Education*, Vol. 24, No. 2, Haziran , sf. 151-163.

Hill, Y., Lomas, L., McGregor, J., 2003, "Student's perception of quality in higher education", *Quality Assurance in Education*, Vol.11, No.1, sf. 15-20.

Hirsch, F., 1976, "Social Limits to Growth", *Harvard University Press*, Cambridge, MA.

Ho H., Hung C., 2008, "Marketing Mix Formulation for Higher Education: An integrated analysis employing analytic hierarchy process, cluster analysis and correspondence analysis", *International Journal of Educational Management*, Vol.22, No.4, sf. 328-340

Hoffman D.L., Franke G.R., 1986, "Correspondence Analysis: Graphical Representation of Categorical Data in Marketing Research", *Journal of Marketing Research*, 23(August), sf. 213-227.

Holdswoth, D. and Nind, D., 2005, "Choice Modeling New Zealand High School Seniors Preferences for University Education", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 15, No. 2, sf. 81-104.

Hooley, G.J. ; Lynch, J.E., 1981, "Modeling the student university choice process through the use of conjoint mesaurement techniques", *European Research*, Vol. 9, No. 4, sf. 158-70.

Hoyt, J., Brown, A., 1999, "Marketing UVSC: How prospective students view the college", Retrieved 9 October 15, 2008, from *http://www.uvsc.edu/ir/research/collegechoice5.pdf*.

Ivy, J., 2001, "Higher education institution image: a correspondence analysis approach", *International Journal of Educational Management*, Vol. 15, No. 6/7, sf. 276-282.

Jackson, G. A., 1982, "Public efficiency and private choice in higher education", *Educational Evaluation and Policy analysis*, Vol. 4, No. 2, Summer, sf. 237-247.

Jacoby, J., Kaplan, L., 1972, "The components of perceived risk", *Third Annual Convention of the Association for Consumer Research*. Ed. M. Venkatsen,. Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research: sf. 382-391.

Joseph, M., Joseph, B., 1997, "Service quality in education: A student perspective", *Quality in Assurance in Education*, Vol. 5, No. 1, sf. 15-21.

Kallio, R., 1995, "Factors influencing the college choice decisions of graduate students", *Research in Higher Education*,Vol. 36, No. 1,sf. 109-125.

Kaynama, S. A., Smith, L. W., 1996, "Using consumer behavior and decision models to aid students in choosing a major", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 7, No. 2, sf. 57-73.

Keller, L. K., Staelin, R., 1987, "Effects of quality and quantity of information on decision-effectiveness", *Journal of Consumer Research*, Vol. 14, No. 2, sf. 200-213.

Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A., 2008, "University selection in Finland: hot the decision is made", *International Journal of Educational Management*, Vol. 22, No. 7, sf. 638-650.

Klassen, M. L., 2002, "Relationship marketing on the internet: The case of top- and lower- ranked US universities and colleges", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 9, sf. 81-85.

Kotler, P., Fox, F. M., 1995, Strategic Marketing for Educational Institutions, *Englewood Cliffs*, New Jersey: Prentice Hall.

Krampf, R.F.; Heinlein, A.C., 1981, "Developing marketing strategies and tactics in higher education through target market research", *Decision Sciences*, Vol.12, No.2, sf. 175-93.

Krone, F., Gilly, M., Zeithaml, V., Lamb, C. W., 1981, "Factors influencing the graduate business school decision", *American Marketing Services Proceedings*, sf. 661-680.

Küster, I., Vila, N., 2006, "A comparison of marketing teaching methods in North American and European universities", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24, No. 4, sf. 319-331.

Lancey, P. M., Salazar, M., Suleski, D., 2002," University of central Florida student satisfaction", *Operational Excellence and Assessment Support.*

Lawley, M., 1998, "Choice of destination in international education: A cross national model", Unpublished doctoral dissertation. Toowoomba: University of Southern Queensland.

Lehman, P.W., 1991, "Assessin the quality of community college student experiences: a new measurement instrument", *Los Angeles, CA: University of Calofornia*, Centre for the Study of Evaluation.

Lehman, P.W., 1992, "CCSEQ: Test manual and comparative data", *Los Angeles, CA: University of Calofornia*, Centre for the Study of Evaluation.

Leister, D. V., Menzel, R., 1976, "Assesing the community college transfer market", *Journal of Higher Education*, Vol. 47, sf. 661-680.

Levitt, T., 1980, "Marketing success through differentiation of anything", *Harvard Business Review*, February, sf.83-89.

Lin, L., 1997, "What are student education and educational related needs?", *Marketing and Research Today*, Vol.25, No. 3, sf.199-212.

Long, G; Tonk, D., 1995, "Competition in UK higher education and the choice processes of potential applicants", *Making Marketing Work. Proceedings of the 1995 MEG Annual Conference*, Bradford, Volume I,sf. 462-471.

Long, M.; Hillman, K., 2000, "Course experience questionnaire", *Australian Council for Educational Research*.

Lovelock, C. H., Rothschild, M. L., 1980, "Uses, abuses and misuses of marketing in higher education", *Marketing in College Admissions: A Broadening of Perspectives*, The College Board, New York.

Lowry, J. R., Owens, B. D., 2001, "Developing a positioning strategy for a university", *Services Marketing Quarterly*, Vol. 22, No. 3.

Maringe, F., 2006, "University and course choise Implications for positioning recruitment and marketing", *International Journal of Educational Management*, Vol. 20, No. 6, sf. 466-479.

Mazzarol, T., 1998, "Critical success factors for international education marketing", *The International Journal of Educational Management*, Vol. 12, No.4, sf.163-175.

Mazzarol, T. W., Soutar, G. N., 2007, "Strategy matters: strategic positioning and performance in the education service sector", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sectors Marketing*, Vol. 13,sf. 141-151.

Mazzarol, T. W., Soutar, G. N., 2008, "Australian Educational Institutions' international markets: A correspondence analysis", *International Journal of Educational Management*, Vol. 22, No. 3, sf. 229-238.

Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S., 1996, "International students who choose not to study in Australia, an examination of Taiwan anda Indonesia", *Australian International Education Foundation,* Australian Government Publishing Service, Canberra.

Mazzarol, T., Soutar, G. N., 1999, "Sustainable competitive advantage for educational institutions: A suggested model", *International Journal of Educational Management*, Vol. 13, No.6, sf. 287-300.

Mazzarol, T.; Hosie, P., 1996, "Exporting Australian higher education: future strategies in maturing market", *Quality Assurance in Education*, Vol.4, No.5, sf. 23-30.

McCollough, M.A., Gremler, D.D., 1999, "Guaranteeing student satisfaction: an exercise in treating students as customers", *Journal of Marketing Education*, Vol. 21, sf. 118-130.

Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S., 2001, "Timing and trade-offs in the marketing of higher education courses: a conjoint approach", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 19, No. 3, sf.179 - 187

Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K., 1999, "Decision- making behaivour of potential higher education students", *Higher Education Quarterly*, Vol. 53, No.3, July 1997, sf.211-228.

Moore, P.G., 1989, "Marketing higher education", *Higher Education Quarterly*, Vol. 43, No. 2, Spring, sf. 108-124.

Morstain, B. R., 1977, "An analysis of student satisfaction with their academic programs", *Journal of Higher Education,* Vol. 48, January-February, sf. 1-16.

Mortimer, K., 1997, "Recruiting overseas undergraduate students: Are their information requirements being satisfied?", *Higher Education Quarterly*, Vol. 51, No.3, July 1997, sf.225-238.

Murphy, P., 1981, "Consumer buying roles in college choice: parents' and students' perceptions", *College and University*,Vol. 56,No. 2, sf.140-150.

Nadiri, H., 2006, "Strategic issue in higher education marketing: How university students' perceive higher education services", *The Asian Journal on Quality*, Vol.7, No.2, sf.125-140.

Naude, P., Ivy, J., 1999, "The marketing strategies of universities in the United Kingdom", *The International Journal of Educational Management*, Vol. 13, No. 3, sf. 126-134.

Nguyen, N.; LeBlanc, G., 2001, "Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions", *International Journal of Educational Management*, Vol. 15, No. 6, sf. 303-311.

Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D., 1995, "Marketing higher education: the MBA experience", *The International Journal of Educational Management*, Vol. 9, No. 2, sf. 31-38.

Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D., 1995, "Marketing higher education: the MBA experience", *The International Journal of Educational Management*, Vol. 9, No. 2, sf. 31-38.

Niculescu, M., 2006, "Strategic positioning in Romanian Higher Education", *Journal of Organizational Change Management*, 19(6), 725-735.

Oplatka, I., Hemsley-Brown, J., 2004, "The research on school marketing Current issues and future directions", *Journal of Educational Administration*, Vol. 42, No. 3, sf. 375-400.

Pace, C.R., 1992, "College student experiences questionnaire: Norms for the third edition", *Los Angeles, CA: University of Calofornia*, Centre for the Study of Evaluation.

Palihawadana, D.,Holmes, G., 1999, "Modeling module evaluation in merketing education", *Quality Assurance In Education*, Vol. 7, No. 1, sf.41-46.

Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L., 1989, "Choosing a business school: The relevant criteria", *Journal of Marketing of Higher Education*, Vol. 2, No. 2, sf. 97-105.

Peng, Z.; Lawley, M.; Perry, C., 2000, "Modelling and testing effects of country, corporate and brand images on consumers' product evaluation and purchase intention", *paper presented at the ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge Conference.*

Peppas, S. C., Yu. T. L., 2005, "Job candidate attributes: A comparison of Chinese and US employer evaluations and the perceptions of Chinese students", *Cross Cultural Management*, Vol. 12, No. 4, sf. 78-91.

Peppas, S. C., Yu. T. L., 2005, "Job candidate attributes: A comparison of Chinese and US employer evaluations and the perceptions of Chinese students", *Cross Cultural Management*, Vol. 12, No. 4, sf. 78-91.

Peters, M., 1992, "Performance indicators in New Zealand higher education: accountability or control?", *Journal of Education Policy*, Vol.7, No. 3, sf. 267-283.

Peterson D.G., 2006, *Validation of a Process for Discovering Market Position Taxomony to Benefit Institutions of Higher Education*, Thesis (PhD), Utah State University.

Pierce, M. R., 1995, "The university selection process: a Canadian perspective", *Info*, Winter.

Price, I., Matzdorf, F., Smith, L., Agahi, H., 2003, "The impact of facilities on student choice of university", *Facilities*, Vol.21, No.10, sf. 212.

Queshi, S., 1995, "College accession research: New variables in an old equation", *Journal of Professional Services Marketing*, Vol.12, No.2, sf. 163-170.

Raselius, T., 1971, "Consumer rankings of risk reduction methods", *Journal of Marketing*, Vol. 35, sf. 56-61.

Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M., 2006, "Decision- making process of distance education students at Universitas Terbuka in Indonesia", *Asian Journal of Distance Education*, Vol. 4, No. 1, sf. 20-33.

Roberts, D., Allen, A., 1997, "Young applicants perception of higher education", *Ch. 2, HEIST, Publications*, Leeds, Ocak, sf. 20.

Roberts, D., Higgins, T., 1992, "Higher education: The student experiences", *Ch. 10, HEIST, Publications*, Leeds, Ocak, sf. 115.

Robinson, A.,Long, G., 1988, "Substances v.s trapping in marketing non-advanced F. E", *Journal of Further and Higher Education*, Vol.21, no.1, sf. 140-147.

Robinson, A.,Long, G., 1987, "Marketing further education: Products or people?", *NATFHE Journal*, sf. 24-31.

Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B., 1998, "College choice in a brand elimination framework: The high school student's perspective", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 8, No. 3, sf. 73-92.

Roszkowski, J.M., 2003, "The nature of the importance- satisfaction relationship in ratings: Evidence from the normative data of the NOEL-LEVITZ student satisfaction inventory", *Journal of Customer Satisfaction and Complaining Behaviour*, Vol.16, sf.211-221.

Santoro, M., Chakrabarti, A. K., 2002, "Firm size and technology centrality in industry-university interactions", *Research Policy*, Vol. 31, sf. 1163-1180.

Saunders, J. A., Hamilton, S. D., Lancaster, G. A., 1978, "A study of variables governing choice of course in higher education", *Assessment in Higher Education*, Vol. 3, Haziran, sf. 203-236.

Sevier, R., 1987, "How students choose a college", *Currents*, Vol. 13, sf. 146- 152.

Sevier, R. A., 1996, "Those important things: what every college president need to know about marketing and student recruiting", *College& University*, (Bahar).

Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R., 2005, "Factors influencing international students' choice of an education destination - a correspondence

analysis", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol.15, No. 2, sf. 31-46.

Soares, A. M., Simoes, C., 2009, "Recruiting higher education students: Information sources and choice factors", http://www.marketing-trends-congress.com/2009_cp/Materiali/Paper/Fr/Soares__Simoes.pdf (April 2011).

Soutar, G.N.; Turner, J.P., 2006, "Students' preferences for university: a conjoint analysis*", The International Journal of Educational Management*, Vol. 16, No.1, sf. 40-45.

Srikatanyoo, N., 2005, "Quality dimension in international tertiary education: a Thai prospective students' perspective", Quality Management Journal, Vol. 12, No. 1, Ocak.

Srikatanyoo, N.; Gnoth, J., 2002, "Country image and and international tertiary education", *Journal of Brand Management*, Vol. 10, No.2, sf. 139-146.

Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L., 2002, "Selecting the business college major", *Mid-American Journal of Business*, Vol. 17, No. 2, sf. 47-56.

Sullivan, M., Siggins, J. A., 1993, "Learning from the experience of others: total quality management in higher education", *Journal of Library Adminisration*, Vol. 18, No.1-2, sf. 157-169.

Süner A., Çelikoğlu C.C., 2008, Uygunluk Analizinin Benzer Çok Değişkenli Analiz Yöntemleri ile Karşılaştırılması, *İstatistikçiler Dergisi*, No 1, sf. 9-15

Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T., 2008, "Factor influencing word of mouth effectiveness: receiver perspectives", *European Journal of Marketing*, Vol. 42, No. 3.

Taylor, J. W., 1974, "The role of risk in consumer behavior", *Journal of Marketing*, Vol. 38, sf. 54-60.

Taylor, Y. J., 1994, "Student buyer behaviour within higher education", *unpublished MSc dissertation at the University of Salford*, Salford, Ch. 6, sf. 176-204.

Thomas, H., Li, X., 2009, "Mapping globally branded business schools: A strategic positioning analysis", *Management Decision*, Vol. 47, No. 9, sf. 1420-1440.

Turner, J.P., 1998, "An investigation of business undergraduates' choice to study at Edith Cowan University", *Unpublished Research report*, Edith Cowan University, Perth.

Universities UK, 1998, "Making the right choice", Institute for Employment Studies, The Committee of Vice-Chancellors and Principals of the Universities of the UK, London.

Uzgören N., 2007, "Uyum Analizinin Teorik Esasları ve Regresyon Analizi ile Benzerliğinin Grafiksel Boyutta Karşılaştırılması", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 18, sf. 1-20.

Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A., 2004, "University selection: Information requirements and importance", *The International Journal of Education Management*, Vol. 18, No.2, sf. 160-171.

Walberg, H. J., 2000, "Market Theory of School Choice", *Education Week*, Vol. 19, No. 42.

Walker, P. A., Cunnington, J. L., Richards, M. A., Shattock, M. L., 1979, "Factors influencing entry at a university, polytechnic and a college of education", *Higher Education Review*, Vol. 11, No. 3, sf. 36-45.

Waugh, R. F., 2003, "Evaluation of quality of student experiences at a university using a Rasch Measurement Model", *Studies in Educational Evaluation*.

Weaver, T., 1976, "What is the good of higher education?", *Higher Education Review*, Vol.18, No.3, sf.3-14.

Webb, M., 1993,1992, "Variables influencing graduate business students' college selections", *C &U Feature* (Fall 1992/1993), sf. 38-46.

Welki, A. M., Navratil, F.J ., 1987, "The role of applicants' perceptions in the choice of college", *College and University*, Vol. 62, sf. 147-159.

Westerström, R.A., Westerström, N.G., 2009, "Recruitment benchmarking- how to attract students to engineering education", *SEFI Annual Conference*, Vol. 37, Belgium.

White, D. S., Griffith, D. A., (1997), "Combining corporate and marketing strategy for global competitiveness", *Marketing Intelligence& Planning*, Vol. 15, No.4, sf. 173-178.

Wright, R. E., 2008, "Targeting, segmenting and positioning the market for college students to increase customer satisfaction and overall performance",

Yamamoto, G. T., 2006, "University evaluation-selectin: a Turkish case", *International Journal of Educational Management*, Vol. 20, No. 7, sf. 559-569.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L., 1985, "Problems and strategies in services marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 49 Spring, sf. 33-46.

EKLER

EK A.1 : Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları
EK A.2 : Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler
EK A.3 : İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar
EK B.1 : Anket çalışması
EK C.1 : Uygunluk analizindeki numaralandırmalar

EK A.1

Çizelge A.1 : Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention	Anket (CSSQ)	Öğrenci tatminini etkileyen faktörler
Sevier, R. A.	1996	Those important things: what every college president need to know about marketing and student recruiting	N/A	Yönetimin öğrenci kabulleri ile ilgili nasıl yol izlemesi gerektiği
Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Strategic Marketing for Educational Institutions	N/A	Eğitim kurumları için stratejik Pazar oluşturma
Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Student as customer: Factors Affecting Satisfaction and Assessments of Institutional Quality	Anket(SERVQUAL)	Üniversite hizmetinin tatmini ile kalite ilişkisi
Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Consumerism in education A comparison between Canada and the UK	N/A	Kanada ve UK karşılaştırılması
Pierce, M. R.	1995	The university selection process: a Canadian perspective	N/A	Kanadalı yaklaşımı ile üniversite seçim sürecini tanımlama
Universities UK	1998	Making the right choice	N/A	21 yaş altı ve 25 yaş üstü önem kriterlerinin kıyası
Long, M.; Hillman, K.	2000	Course experience questionnaire	Anket (CEQ): College Experiences Questionnaire	Anket hazırlanması için gerekli kriterler
Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	University of central Florida student satisfaction	Anket(SSI): Student Satisfaction Inventory	Performans aralıkları belirlemek
Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Measuring communication impact for university advertising metarilas	N/A	Üniversite seçimindeki reklam unsurları üzerine bir çalışma
Thomas, H., Li, X.	2009	Mapping globally branded business schools: A strategic positioning analysis	Sıralama	İşletme okullarının farklarını ve stratejik profillerini araştırma

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Downie, N.; Möller, I.	2002	The Ramsden course experience questionnaire: A pilot study of final-year students taking hospitality, leisure, sport and tourism degree courses	Anket (CEQ): College Experiences Questionnaire	Anket hazırlanması için gerekli kriterler
Waugh, R. F.	2003	Evaluation of quality of student experiences at a university using a Rasch Measurement Model	Rasch ölçüm modeli (bilgisayar programı)	Kaliteli eğitim
Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	College student experiences questionnaire: Norms for the third edition	Anket(CSEQ): College Student Experiences Questionnaire	Öğrencilerin deneyimlerini ölçen anket
Lehman, P.W.	1991	Assessing the quality of community college student experiences: a new measurement instrument	Anket(CCSEQ): Community College Student Experiences Questionnaire	Öğrencilerin zamanlarını nasıl harcadıkları ile ilgili
Lehman, P.W.	1992	CCSEQ: Test manual and comparative data	Anket(CCSEQ): Community College Student Experiences Questionnaire	Anket hazırlanması için gerekli kriterler
Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Quality dimension in international tertiary education: a Thai prospective students' perspective	N/A	Taylantlı öğrencilerin eğitim kalite algıları
Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Service quality in education: A student perspective	N/A	Yeni Zellenda İşletme öğrencilerinin algıları
Lawley, M.	1998	Choice of destination in international education: A cross national model	N/A	Uluslar arası eğitimdeki karar kriterleri
Niculescu, M.	2006	Strategic positioning in Romanian Higher Education	LISREL 8.53 programı kullanılmış	Romanyalı öğrencilerin algıları
Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions	N/A	Kurumsal imaj- Kurumsal ün arasındaki ilişki

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Factor influencing international students' evaluations of higher education programs	Anket	Ülke ile kurum arasındaki ilişkiye bakıyor
Hooley, G.J. ; Lynch, J.E.	1981	Modeling the student university choice process through the use of conjoint mesaurement techniques	YOK	Programın uygunluğu üzerinde durulmuş
Queshi, S.	1995	College accession research: New variables in an old equation	Anket	Öğrencilerin üniversiteleri hakkındaki görüşleri
Turner, J.P.	1998	An investigation of business undergraduates' choice to study at Edith Cowan University	N/A	İşletme öğrencilerinin karar vermedeki kriterlerini tanımlama
Bourke, A.	2000	A model of the determinants of international trade in higher education	Anket	Yüksek öğrenimde ihmal edilen yaklaşımlara odaklanmış
Ivy, J.	2001	Higher education institution image: a correspondence analysis approach	N/A	UK ve Güney Afrika üniversiteleri, eski-yeni, teknik vs karşılaştırılması yapılmış
Hall, R.	1993	A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage	N/A	Stratejilerdeki soyut kaynaklar
Mazzarol, T.	1998	Critical success factors for international education marketing	N/A	Pazarda başarılı olması için nelere dikkat etmesi gerektiği
Mazzarol, T., Soutar, G. N.	1999	Sustainable competitive advantage for educational institutions: A suggested model	YOK	Eğitim hizmetleri için rekabet avantajlarının sürdürülebilirliği
Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Developing marketing strategies and tactics in higher education through target market research	YOK	Üniversite sınavında yüksek olasılıkla girme ihtimalini artırma

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Lin, L.	1997	What are student education and educational related needs?	N/A	Öğrencilerin tercihte neleri önemsediği ile ilgili
Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Students' preferences for university: a conjoint analysis	ACA: Adaptive conjoint analysis	Konjoint alanizi ile karar vermedeki öğrenci algısını bulma
Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	International students' decision-making process	N/A	Uluslar arası öğrencilerin karar verme süreçlerini inceleme
Dawidow, W.H; Uttal, B.	1989	Service companies: Fows or Faller	N/A	Hizmet şirketlerini inceleme
Grönroos, C.	1994	Quo vadis marketing? Towards a relationship marketing paradigm	N/A	4P'nin pazarlama araştırmasındaki etkisi
Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Exporting Australian higher education: future strategies in maturing market	Sorular	Avustralya eğitimini diğer ülkelerle kıyaslayıp, gelecek stratejileri belirleme
Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	International marketing of British education: research on the students' perception and the Uk market penetration	N/A	Fırsat ve Tehditleri analiz ederek UK üniversitelerini yapılandırmış
Peters, M.	1992	Performance indicators in New Zealand higher education: accountability or control?	N/A	Yeni Zellanda'daki yüksek öğrenimi etkileyen performans göstergelerini tanımlamak
Sullivan, M., Siggins, J. A.	1993	Learning from the experience of others: total quality management in higher education	N/A	Değişen dünya standartlarında eğitimin etkisi
Ford, J.B; Joseph, F.; Joseph, B.	1999	Importance performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA	N/A	Yeni Zellanda'daki işletme öğrencilerinin hizmet kalite algılarını tanımlama

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2002	Country image and international tertiary education	N/A	Uluslar arası eğitimde ülke imajının önemini belirleme
Gutman, J.; Miaoulis, G.	2003	Communicating a quality position in service delivery: an application in higher education	N/A	Eğitim hizmeti sağlamada kalite konumunu belirleme
Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	The impact of facilities on student choice of university	N/A	UK üniversitelerinin durumunu göstermeyi amaç edinmiş
Peng, Z.; Lawley, M.; Perry, C.	2000	Modelling and testing effects of country, corporate and brand images on consumers' product evaluation and purchase intention	N/A	Müşterinin ürünü değerlendirmesinde ülke, marka etkenlerinin etkisi
BMRB	1998	International Student Survey; Summary of Results	N/A	Uluslar arası bir araştırma
Levitt, T.	1980	Marketing success through differentiation of anything	N/A	Ürünü farklılaştırma yolları
Mortimer, K.	1997	Recruiting overseas undergraduate students: Are their information requirements being satisfied?	N/A	Eski- yeni üniversite kıyası yapılmış
Long, G; Tonk, D.	1995	Competition in UK higher education and the choice processes of potential applicants	N/A	İngiltere'deki aday öğrencilerin karar süreci
Friedman, M.L.; Smith, L.J.	1993	Consumer evaluation processes in a service setting	N/A	Hizmet sistemindeki tüketici değerlendirmesi üzerine odaklanılmış
Zeithaml, V.A.; Parasuraman, A.; Berry, L.L	1985	Problems and strategies in services marketing	Anket	Hizmet firmalarının sorunları ve bunlara çözümlerin nasıl olması gerektiği ile ilgili

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Nadiri, H.	2006	Strategic issue in higher education marketing: How university students' perceive higher education services	Anket	Önem ve memnuniyet derecelerini kıyaslama
Roszkowski, J.M	2003	The nature of the importance- satisfaction relationship in ratings: Evidence from the normative data of the NOEL-LEVITZ student satisfaction inventory	Anket (SOS)-(SSI): Student Opinion Survey- Student Satisfaction Inventory	Önem ve memnuniyet derecelerini kıyaslama
Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Positioning strategies of international and multicultural-oriented service brand	N/A	Hizmetteki pazarlama stratejileri
Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Decision- making process of distance education students at Universitas Terbuka in Indonesia	Anket	Öğrencilerin karar verme davranışlarını anlamak
Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	University selection: Information requirements and importance	N/A	Üniversite seçimindeki önemli faktörler ve bilgi isteklerini tanımlamak
Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Decision- making behaivour of potential higher education students	N/A	Mevcut öğrencilerin karar verme davranışları üzerine bir çalışma
Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	College choice in a brand elimination framework: The high school student's perspective	Anket	Üniversite seçimindeki önemli faktörler belirlemek
Donalson, B., McNicholos, C.	2004	Understanding the postgraduate education market for UK-based students: A review and empirical study	N/A	İngiltere'deki aday öğrencilerin karar süreci
Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L.	1989	Choosing a business school: The relevant criteria	N/A	İşletme okulu seçimi
Gomes, L., Murphy, J.	2003	An exploratory study of marketing international education online	Anket	Öğrenciler karar verirken internetin rolü

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	International students who choose not to study in Australia, an examination of Taiwan anda Indonesia	N/A	Ulusararsı öğrenci olmadaki karar süreçleri
Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Recruiting higher education students: Information sources and choice factors	Anket	Üniversite öncesi bilgilerin toplanma şekli
Raselius, T.	1971	Consumer rankings of risk reduction methods	N/A	Tüketici aralığının belirlenmesi
Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	The components of perceived risk	N/A	Algılanan riskin bileşenlerini belirleme
Taylor, J. W.	1974	The role of risk in consumer behavior	N/A	Müşteri davranışlarının risk rolünü belirleme
Hoyt, J., Brown, A.	1999	Marketing UVSC: How prospective students view the college	N/A	Aday öğrencinin üniversiteye bakışı ile ilgili çalışma
Briggs, S., Wilson, A.	2007	Which university? A study of the influence of cost and information factors on scottish undergraduate choice	Anket	Araştırma sürecinde hangi faktörler öğrenciye yarar sağlıyor(2 dönemi karşılaştırma)
Murphy, P.	1981	Consumer buying roles in college choice: parents' and students' perceptions	N/A	Öğrencileri karar alırken velilerin etkilemesi
Webb, M.	1993	Variables influencing graduate business students' college selections	Anket	İşletme öğrencilerinin karar vermedeki kriterlerini tanımlama
Kallio, R.	1995	Factors influencing the college choice decisions of graduate students	Anket	Öğrencilerin karar verme davranışlarını etkileyen faktörler

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Donellan, J.	2002	The impact of marketer controlled factors on college-choice decisions by students at a public research university	N/A	Öğrencilerin karar verme davranışlarını etkileyen faktörler
Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Factors influencing international students' choice of an education destination - a correspondence analysis	N/A	Korrespondence analizi ile öğrenci kararlarını etkileyen faktörlere odaklanılmış
Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Choice Modeling New Zealand High School Seniors Preferences for University Education	N/A	Üniversite eğitimi seçimi için karar modeli
Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Recruitment benchmarking-how to attract students to engineering education	N/A	İsviçre'deki mühendislik ihtiyacını karşılayabilmek için yapılması gerekenler
Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T.	2008	Factor influencing word of mouth effectiveness: receiver perspectives	N/A	Kulaktan duymanın faktörlere etkisi
Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2007	Strategy matters: strategic positioning and performance in the education service sector	Anket	Avustralya eğitiminin stratejik konumlama davranışını göstermek
Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Developing a positioning strategy for a university	Anket	Büyük ve orta ölçekli üniversiteyi karşılaştırma
Baldwin, G., James, R.	2000	The market in Australian higher education and the concept of student as informed consumer	Anket (CEQ): College Experiences Questionnaire	Anket yardımıyla Avustralyadaki öğrencilerin üniversiteden beklentilerine odaklanılmış
Ashenden, D., Milligan, S.	1995	The Australian good universities guide to Australian universities	N/A	Avustralya'nın iyi üniversitelerini değerlendirme
Conway, T., Mackay, S., Yorke, D.	1994	Strategic planning in higher education: Who are the customers?	N/A	Eğitimde müşterinin kim olduğu ile ilgili bir çalışma

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Doyle, P., Lynch, J.	1976	Long range planning for universities	N/A	Misyon cümlesinin oluşturulması
Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Measuring student quality variables and the implications for management practices in higher education institutions: An Australian and international student perspective	Anket	Öğrenci algısıyla öğrenci kalite değişkenlerini ölçme
Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Postgraduates' choice of programme: Helping universities to market and postgraduates to choose	N/A	Master öğrencilerinin seçimlerini incelemiş
Bakewell, C. J., Gibson-Sweet, M. F.	1998	Strategic marketing in a changing enviroment- are the new UK universities in danger of being" stuck in the middle"?	Anket	Üniversite seçimini etkileyen önemli kaynaklar ve yeni- eski üniversite algısı
Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Marketing higher education: the MBA experience	N/A	UK'deki MBA dereceli öğrenim içeriği
Harrison-Walker, L. J.	2009	Strategic positioning in higher education	N/A	Üniversite konumlandırması süreci
Gray, B. J., Fam, K. S., Llanes, V. A	2003	Branding universities in Asian markets	Anket	Medyanın üniversite hakkında bilgi kazandırması
Alreck, P. L., Settle, R. B.	1999	Strategies for building brand preference	N/A	Marka oluşturma stratejileri
White, D. S., Griffith, D. A.	1997	Combining corporate and marketing strategy for global competitiveness	N/A	Küresel rekabet ortamındaki pazarlama stratejileri
Charon, A., Wauters, J. P.	2008	University ranking: a new tool for the evaluation of higher education in Europe	N/A	Üniversiteleri sıralama

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Klassen, M. L.	2002	Relationship marketing on the internet: The case of top- and lower- ranked US universities and colleges	Kotler'in 5 adımlı müşteri ilişkileri modeli kullanılmış	Üniversitelerin internet sayfalarını oluşturmadaki önemli kriterler
Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	The research on school marketing Current issues and future directions	N/A	Üniversite pazarlaması hakkındaki araştırmalar
Wright, R. E	2008	Targeting, segmenting and positioning the market for college students to increase customer satisfaction and overall performance	N/A	Pazarlama gücünü maksimuma çevirmek için seçilmesi gereken hedef müşteri
Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Timing and trade-offs in the marketing of higher education courses: a conjoint approach	Anket	Öğrencilerin üniversite kararı verirken göz önünde tuttuğu özellikler
Jackson, G. A.	1982	Public efficiency and private choice in higher education	N/A	Üniversite eğitimindeki özel tercihler
Chapman, D. W.	1981	A model of student college choice	N/A	Öğrenci tercihi ile ilgili model oluşturma
Keller, L. K., Staelin, R.	1987	Effects of quality and quantity of information on decision-effectiveness	N/A	Bilgi miktarının ve kalite etkinliğinin karar vermedeki etkisi
Gorman, W. P.	1976	An evaluation of student attracting methods and university features by attending students	N/A	Öğrenciyi cezbedecek faktörler
Leister, D. V., Menzel, R.	1976	Assesing the community college transfer market	N/A	Pazara geçen üniversiteleri değerlendirme
Roberts, D., Allen, A.	1997	Young applicants perception of higher education	N/A	Adayların üniversite ile ilgili algıları

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Welki, A. M., Navratil, F.J.	1987	The role of applicants' perceptions in the choice of college	N/A	Üniversite seçiminde adayların algısının rolü
Erdmann, D. G.	1983	An examination of factors influencing student choice in the college selection process	N/A	Üniversite seçiminde adayların algısının rolü
Roberts, D., Higgins, T.	1992	Higher education: The student experiences	N/A	Öğrenci gözüyle üniversite eğitimi
Saunders, J. A., Hamilton, S. D., Lancaster, G. A.	1978	A study of variables governing choice of course in higher education	N/A	Öğrenci tercihlerini etkileyen değişkenler
Sevier, R.	1987	How students choose a college	N/A	Öğrencilerin üniversite seçim faktörleri
Taylor, Y. J.	1994	Student buyer behaviour within higher education	N/A	Öğrencilerin üniversite hizmeti alırkenki davranışları
Walker, P. A., Cunnington, J. L., Richards, M. A., Shattock, M. L.	1979	Factors influencing entry at a university, polytechnic and a college of education	N/A	Üniversiteye girişi etkileyen faktörler
Krone, F., Gilly, M., Zeithaml, V., Lamb, C. W.	1981	Factors influencing the graduate business school decision	N/A	MBA tercihinde öğrencileri etkileyen faktörler
Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Australian Educational Institutions' international markets: A correspondence analysis	Anket	Uluslar arası pazarda Avustralya üniversitelerinin durumu
Yamamoto, G. T.	2006	University evaluation-selectin: a Turkish case	Anket	Türkiye'de üniversite seçim kriterlerini belirleme

Çizelge A.1 (devam): Literatür araştırmasında kullanılan araçlar ve odak noktaları.

Yazar	Tarih	Yayın Adı	Araçlar	Odak Noktası
Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Selecting the business college major	N/A	İşletme eğitimi için seçim kriterleri
Kaynama, S. A., Smith, L. W.	1996	Using consumer behavior and decision models to aid students in choosing a major	N/A	Müşteri davranışını ve karar verme modelini kullanarak bölüm seçimi
Belanger, C., Mount, J., Wilson, M.	2002	Institutional image and retention	N/A	Kurum imajı ve elde tutmaya etkisi
Hill, Y., Lomas, L., McGregor, J.	2003	Student's perception of quality in higher education	N/A	Üniversitedeki kalite anlayışı
Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	University selection in Finland: hot the decision is made	Anket	Finlandiyadaki üniversite seçim kriterleri
Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Job candidate attributes: A comparison of Chinese and US employer evaluations and the perceptions of Chinese students	Sıralama	Çinli öğrencilerin iş niteliklerinin önemini içerecek şekilde algılarını araştırma
Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Interviewer decision processes and effectiveness: An experimental policy-capturing investigation	Sıralama	Öğrencilerin iş seçimi için dikkat gösterdiği durumlar
Maringe, F.	2006	University and course choise Implications for positioning recruitment and marketing	7P	Üretim pazarlaması ile üniversiteyi karşılaştırmış
Walberg, H. J.	2000	Market Theory of School Choice	N/A	Okul seçimindeki etkili faktörler
Küster, I., Vila, N.	2006	A comparison of marketing teaching methods in North American and European universities	Anket	Öğretim, öğrenim metodları üzerine bir çalışma

EK A.2

Çizelge A.2 : Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Akademik danışmanlığın etkinliği	Danışmanlık
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kampüs hayatı	Kampüs
		Kampüs destek hizmetleri	Kampüs
		Bireysel İlgi	Kişisel
		Eğitim etkinliği	Eğitim-Öğretim
		Giriş istekleri	Şartlar
		Finansal destek etkinliği	Finansal destek
		Kayıt etkinliği	Üniversite
		Kampüs güvenliği ve emniyeti	Kampüs
		Hizmet üstünlüğü	Öğrenci odaklılık
		Öğrenci odaklılık	Öğrenci odaklılık
Sevier, R. A.	1996	Öğrencinin akademik deneyimi	Kişisel
		Öğrencinin Sosyal deneyimi	Kişisel
		Öğrencinin fiziksel deneyimi	Kişisel
		Öğrencinin ruhsal/dinsel deneyimi	Kişisel
Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Akademik program	Program/ Bölüm
		Danışmanlık hizmetleri	Danışmanlık
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık
		Kişisel sebepler	Kişisel
		Program kalitesi	Program/ Bölüm
		Kurum prestiji	Üniversite
		Ülke imajı	Ülke
Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Arkadaş etkisi	Tavsiye/ Etki
		Akraba etkisi	Tavsiye/ Etki
		Öğretim	Eğitim-Öğretim
		Ders içeriği	Program/ Bölüm
		Entelektüel bilgi sağlanması	Eğitim-Öğretim
		Sınav kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Gerçek hayatla bağlantı(üniversite-sanayi işbirliği)	Sanayi-Üniversite İşbirliği
		Profesyonel kariyerime katkı	Kariyer
		Programın genişliği	Program/ Bölüm
		Fiziksel olanaklar	Olanaklar
		Güvenilirlik	Güvenilirlik
		Çalışan nezaketi	Program/ Bölüm
		Hizmet alanları düşünmek	Öğrenci odaklılık
Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Kariyer fırsatları	Kariyer
		Özel akademik program olması	Program/ Bölüm
		Akademik olanaklar	Olanaklar

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Konaklama olanakları	Olanaklar
		İstenilen en düşük not	Şartlar
		Kampüs yerleşimi	Lokasyon
		Üniversite ünü	Üniversite
		Öğrencinin morali	Kişisel
		Üniversite ziyaretleri	Program/ Bölüm
		Kurs/Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Üniversitenin sosyal hayatı	Sosyal Hayat
Pierce, M. R.	1995	Özel akademik program olanağı	Program/ Bölüm
		Kariyer fırsatları	Kariyer
		Akademik olanaklar	Olanaklar
		Üniversitenin ünü	Üniversite
		Kurs çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Kadro ünü	Öğretim elemanı
		Öğrencinin morali	Kişisel
		Öğrenci/kadro oranı	Üniversite
		Konaklama imkanı	Olanaklar
		Akademik kesinti	Şartlar
		Öğrenci destek hizmetleri	Olanaklar
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık
Universities UK	1998	Sunulan dersler	Program/ Bölüm
		Genel imaj	Üniversite
		Sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Öğretim ünü	Eğitim-Öğretim
		İş umutları	Kariyer
		Giriş kriterleri	Şartlar
		Olgun öğrenci davranışı	Kişisel
		Akademik destek olanakları	Olanaklar
		Evden uzaklık	Lokasyon
Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyeleri beni işi yapabileceğime dair motive etmesi	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin çoğu zaman benim işim hakkında yorum yapması	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin karşılaşacağım zorlukları anlatmak için efor sarfetmesi	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin bana yardımcı olması	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin birşeyleri izah etmede yeterli olması	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin konuları ilgi çekici kılmak için çalışması	Öğretim elemanları
		İş beklentilerinin standartlarını bilmenin kolay olması	Kariyer

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Long, M.; Hillman, K.	2000	Bu kurstan beklediğimi genellikle buldum	Program/ Bölüm
		Bu kurstan beklediğimi bulmak zor oldu	Öğretim elemanları
		Öğretim üyeleri öğrencilerden beklentilerini açıkça belirttiler	Öğretim elemanları
		Öğrenmek için yeterince zaman veriyorum	Kişisel
		Bu kursu yapmak için üzerimde baskı var	Kişisel
		İşin hacminin anlaşılır olması	Kariyer
		İyi bir hafızaya ihtiyacınız var	Kişisel
Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Akademik etkinlik	Eğitim-Öğretim
		Kampüs ortamı	Kampüs
		Kampüs hayatı	Kampüs
		Kampüs destek hizmetleri	Kampüs
		Bireysel ilgi	Kişisel
		Eğitim etkinliği	Eğitim-Öğretim
		Giriş ve finansal kaynak etkinliği	Şartlar
		Kayıt etkinliği	Üniversite
		Güvenlik	Güvenlik
		Hizmet üstünlüğü	Öğrenci odaklılık
		Öğrenci merkezcilik	Öğrenci odaklılık
Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğretim ve öğrenim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Öğrenci geçimi/yardımı	Maliyet
		İdari hizmetler	Üniversite
		Endüstri/ iş yükü/ gerçek hayat ile ilgili içerik olması	Sanayi-Üniversite İşbirliği
		Spesifik bir alanı içersin	Program/ Bölüm
		Öğrenme metodu ve yeteneği	Eğitim-Öğretim
		Kişisel gelişim/ değişik öğrenme yetenekleri	Kişisel
		Grup çalışması	Eğitim-Öğretim
		Bilgili/ etkili	Öğretim elemanları
		Yardımsever/ yaklaşılabilir	Öğretim elemanları
		Öğrencileri işe yerleştirebilecek	Öğretim elemanları
		Öğretim üyeleri ile daha fazla zaman	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin-öğrenci ilişkisi	Öğretim elemanları
Waugh, R. F.	2003	İyi öğrenim	Eğitim-Öğretim
		Bilgisayar olanakları	Olanaklar
		Kütüphane kaynakları	Olanaklar
		Öğretim üyeleri ve ders olanakları	Olanaklar
		Akademik danışmanlar	Danışmanlık

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Waugh, R. F.	2003	Sağlık olanakları	Olanaklar
		Tamamlama oranı	Şartlar
		Düşük maliyet(öğrenci başına)	Maliyet
		İyi araştırma sonuçları	Araştırma
		Doktora öğrencileri	Üniversite
		Öğrenci memnuniyeti	Öğrenci odaklılık
Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Bölümüm/kursum	Program/ Bölüm
		Kütüphane kullanımı	Olanaklar
		Akademik kadro	Öğretim elemanları
		Öğrenci tanıdıkları	Tavsiye/ Etki
		Sanat-Müzik-Tiyatro	Olanaklar
		Yazma-Okuma gelişimi	Kişisel
		Bilim	Araştırma
		Meslek	Program/ Bölüm
		Öğretim elemanları ile ilişki	Öğretim elemanları
		Spor aktiviteleri	Olanaklar
		Kalacak yer	Olanaklar
		Kişisel gelişimler	Kişisel
		Üniversite çevresi	Lokasyon
Lehman, P.W.	1991	Bölümüm/kursum	Program/ Bölüm
		Kütüphane kullanımı	Olanaklar
		Akademik kadro	Öğretim elemanları
		Öğrenci tanıdıkları	Tavsiye/ Etki
		Sanat-Müzik-Tiyatro	Olanaklar
		Yazma-Okuma gelişimi	Kişisel
		Bilim	Araştırma
		Meslek	Program/ Bölüm
Lehman, P.W.	1992	Bölümüm/kursum	Program/ Bölüm
		Kütüphane kullanımı	Olanaklar
		Akademik kadro	Öğretim elemanları
		Öğrenci tanıdıkları	Tavsiye/ Etki
		Sanat-Müzik-Tiyatro	Olanaklar
		Yazma-Okuma gelişimi	Kişisel
		Bilim	Araştırma
		Meslek	Program/ Bölüm
Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Sıralama ve çizelgeleme	Üniversite
		Tutarlılık	Güvenilirlik
		Adaletli sınavlar	Kişisel
		Öğrencilerden geri dönüş	Kişisel
		Öğrencileri cesaretlendirme	Olanaklar

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Geçerli ödül verme	Güvenilirlik
		Güvenilirlik	Güvenilirlik
		Sözleri tutma	Güvenilirlik
		Amaçlara uymak	Güvenilirlik
		Şikayetleri ele almak	Güvenilirlik
		Problemleri çözmek	Güvenilirlik
		Akademik ve destek olanakları	Olanaklar
		Olanaklara ulaşılabilirlik	Olanaklar
		Olanakların yeterliliği	Olanaklar
		Olanakların modernliği	Olanaklar
		Ulaşımın uygunluğu	Lokasyon
		Temel bilgi ve yetenek istekleri	Şartlar
		Ek bilgi ve yetenek istekleri	Şartlar
		İngilizce yeterlilik isteği	Şartlar
		Destekleyici döküman isteği	Şartlar
		Kampüste sosyal yaşam	Kampüs
		Çevrenin görsel çekiciliği	Lokasyon
		İnsanların arkadaş canlılığı	İletişim
		Güvenlik	Güvenlik
		Öğretim üyelerinin öğretme yeteneği	Öğretim elemanları
		Olanak ve donanımların elverişliliği	Olanaklar
		Nitelik ve derecelerin geçerliliği	Güvenilirlik
		Ulusal eğitim standartı	Üniversite
		Öğretim üyelerinin özel alanda uzmanlaşması veya özelleşmesi	Öğretim elemanları
		Olanak ve donanım yeterliliği	Olanaklar
		Olanak ve donanım modernliği	Olanaklar
		Kampüste sosyal yaşam	Kampüs
		İnsanların sıcak kanlılığı	İletişim
		Öğretim üyeleri deneyimleri	Öğretim elemanları
		Olanak ve donanımlara ulaşma uygunluğu	Olanaklar
		Akademik enstitülerin güvenilirlik derecesi	Güvenilirlik
		Öğretim üyelerinin teorik bilgileri	Öğretim elemanları
		İngilizce yeterlilik isteği	Şartlar
		Temel bilgi ve yetenek isteği	Şartlar
		Görsel çekici çevre	Lokasyon
		Ek bilgi ve yetenek isteği	Şartlar
		Akademik enstitünün ünü	Üniversite
		Destek döküman isteği	Şartlar
		Mezunların ünü	Üniversite

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Kalacak yer olanakları	Olanaklar
		Akademik olanakları	Olanaklar
		Kampüs görünüş ve yerleşimi	Kampüs
		Spor aktiviteleri	Olanaklar
		Eğlence/ dinlence olanakları	Olanaklar
		Eğitim süresi	Eğitim-Öğretim
		Kalacak yer maliyeti	Maliyet
		Eğitim maliyeti	Maliyet
		Tanınmış dereceler(saygınlık)	Üniversite
		İyi öğreticiler	Öğretim elemanları
		Özel programlar	Program/ Bölüm
		Esnek yapı ve içerikler	Eğitim-Öğretim
		Pratik bileşenler(proje vs kastediliyor)	Eğitim-Öğretim
		Esnek giriş istekleri	Şartlar
		İş bulabilen mezunlar	Üniversite
		Kariyer fırsatları ile ilgili bilgi	Danışmanlık
		İdeal lokasyon	Lokasyon
Lawley, M.	1998	Maliyet	Maliyet
		İklim	Lokasyon
		Evden uzaklık	Lokasyon
		Yerli öğrencilerin tavrı	İletişim
Niculescu, M.	2006	Finansal ödüller(burs)	Finansal destek
		Kolay iş Bulabilme	Kariyer
		Kariyer fırsatları	Kariyer
		Çalışma alanlarına ilgi	Program/ Bölüm
		Prestij	Üniversite
		Ailenin, arkadaş ve hocaların etkisi	Tavsiye/ Etki
		Uzmanlaşmadaki ünü	Öğretim elemanları
		Pratik yetenekleri geliştiren disiplin	Kişisel
		Mezun olduktan sonraki maaş	Kariyer
		İyi ün sahibi olan özelleşmeler	Üniversite
		Analitik düşünme yeteneğini geliştirme	Kişisel
		Dışarıda çalışmayı sağlama	Kariyer
		Yaratıcılığı geliştirme	Kişisel
		İlişki ve iletişim yeteneğini geliştirme	İletişim
		Alanın ilgi çekiciliği	Program/ Bölüm
Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	İyi etki	Üniversite
		Sözünde durma	Güvenilirlik
		İyi ün	Üniversite
		Akraba ve arkadaşlara önerme	Tavsiye/ Etki

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Akademik ün	Üniversite
		Güvenlik	Güvenlik
		Yaşam maliyeti	Maliyet
		Konum sırası	Üniversite
		Profesörlerin kalitesi	Öğretim elemanları
		Uluslar arası kabul	Eğitim-Öğretim
		Kampüs olanakları	Olanaklar
		Programın uygunluğu	Program/ Bölüm
		Kurs/Bölümün geniş seçim olanağı	Program/ Bölüm
		Maliyet	Maliyet
		Finansal yardımlar	Finansal destek
		Üniversite kalitesi	Üniversite
		Uluslararsı kabul	Eğitim-Öğretim
		Giriş şartları	Şartlar
		Kurum ünü	Üniversite
		Organizasyonel uzmanlık	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Prestij(akademik ün)	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Kadro uzmanlığı	Öğretim elemanları
		Çekicilik	Üniversite
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Üniversite sırası	Üniversite
		İş beklentisi	Kariyer
		Program uyumu	Program/ Bölüm
Hooley, G.J. ; Lynch, J.E.	1981	Programın uygunluğu	Program/ Bölüm
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
Queshi, S.	1995	Kurum ünü	Üniversite
		Organizasyonel uzmanlık	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Kurum imajı	Üniversite
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
		Üniversite ünü	Üniversite
		Geniş Bölüm	Program/ Bölüm
		Toplam maliyet	Maliyet
		Burs olanağı	Finansal destek
		Programın ünü	Program/ Bölüm
		Kütüphane olanağı	Olanaklar
Turner, J.P.	1998	Üniversite kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Uluslararsı kabul	Üniversite

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Turner, J.P.	1998	Kişisel sebepler	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		Ailenin tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Arkadaş tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Tanıdık tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
Bourke, A.	2000	Ülkenin ünü	Ülke
		Kurumun(okulun) Ünü	Üniversite
		Okulun Kültürü	Üniversite
		Kaynaklar ve imkanlar	Olanaklar
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
		Kariyer beklentisi	Kariyer
		Yüksek statü	Kariyer
		Ailenin tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Arkadaş tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Tanıdık tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
Ivy, J.	2001	Yüksek kalitesli eğitim	Eğitim-Öğretim
		Araştırmalar	Araştırma
		Sunulan kurs aralığı	Program/ Bölüm
		Kadronun ünü	Öğretim elemanları
		Harç	Maliyet
		Burs olanağı	Finansal destek
		Fiziksel olanaklar	Olanaklar
		Part-Time öğretim	Eğitim-Öğretim
		Ders çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Coğrafi konum	Lokasyon
		Akademik ün	Üniversite
		Ders ve sınıf olanaklarının kalitesi	Program/ Bölüm
		Endüstri ile bağlantı	Sanayi-Üniversite İşbirliği
		Mezun destekleri	Olanaklar
		Kariyer fuarları	Danışmanlık
		Kariyer danışmanlığı ile bağlantı	Danışmanlık
		Akreditasyon	Üniversite
		Spor/Eğlence olanakları	Olanaklar
		Öğrenci birlikleri	Dernek/ Kulüp
		Laboratuar olanakları	Olanaklar
		Öğrenci değişim programları	Üniversite
Hall, R.	1993	Kurum ünü	Üniversite
		Organizasyonel uzmanlık	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Mazzarol, T.	1998	Kurum ünü	Üniversite
		Organizasyonel uzmanlık	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Kadro uzmanlığı	Öğretim elemanları
		Çekicilik	Üniversite
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		İmaj	Üniversite
		Kaynaklar	Olanaklar
Mazzarol, T., Soutar, G. N.	1999	Kurum ünü	Üniversite
		Organizasyonel uzmanlık	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Çekicilik	Üniversite
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kişisel sebepler	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
		Ailenin tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Arkadaş tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Tanıdık tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
Lin, L.	1997	Prestij(akademik ün)	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Kadro uzmanlığı	Öğretim elemanları
		Çekicilik	Üniversite
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kurum imajı	Üniversite
		Sunulan eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Öğretim fırsatları	Eğitim-Öğretim
		Kurumun ünü	Üniversite
		Akademisyenlerin yeterlikleri	Öğretim elemanları
		Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Lokasyon	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Prestij(akademik ün)	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Kadro uzmanlığı	Öğretim elemanları
		Çekicilik	Üniversite
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kurum imajı	Üniversite
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Üniversite tipi	Üniversite
		Eve uzaklığı	Lokasyon
		Toplu taşıma imkanı	Olanaklar
		Ailelerin düşüncesi	Tavsiye/ Etki
		Arkadaşların tercih durumu	Tavsiye/ Etki
		Geçiş yapabilme	Üniversite
		Kadro kalitesi	Öğretim elemanları
		Üniversite tipi	Üniversite
		Eve uzaklığı	Lokasyon
		Toplu taşıma imkanı	Olanaklar
		Park alanı	Olanaklar
Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Güvenlik	Güvenlik
		Kültürel aktiviteler	Olanaklar
		Uluslar arası geçmiş	Üniversite
		Üniversite çevresi	Lokasyon
		Giriş istekleri	Şartlar
		Hayat kalitesi	Sosyal Hayat
		İletişim araçları ile bilgi alabilme	İletişim
		Kişisel sebepler	Kişisel
		Tavsiye	Tavsiye/ Etki
		Kişisel gelişim	Kariyer
		Irkçılık	Diğer
		Ülke imajı	Ülke
		Kültürel yakınlık	Ülke
		Akademik ün	Üniversite
		Sosyoekonomik seviye	Ülke
		Kurum imajı	Üniversite
		Profesörlerin kalitesi	Öğretim elemanları
		Kurum presteji	Üniversite
		Uluslararsı tanınma	Üniversite
		Kampüs olanakları	Olanaklar
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Programın uygunluğu	Program/ Bölüm
		Programın tanınması	Program/ Bölüm
		Programın özgünlüğü	Program/ Bölüm
		Maliyet ve Kaynak	Maliyet
		Şehir Etkisi	Lokasyon
		Şehir büyüklüğü	Lokasyon
		Yaşam maliyeti	Maliyet
		Çevre	Lokasyon
		Kişisel gelişme	Kariyer
		İş bulabilme	Kariyer
		Statü	Kariyer
		Yaşam stili	Sosyal Hayat
		Kariyer beklentisi	Kariyer
		Yüksek statü	Kariyer
		Kurs uygunluğu	Program/ Bölüm
		Bilgisayar olanakları	Olanaklar
		Kütüphane kalitesi	Olanaklar
		İyi öğretim	Eğitim-Öğretim
		Sakin alan olanağı(çalışma odaları)	Olanaklar
		Sosyal yaşam(üniversite çevresi)	Lokasyon
Dawidow, W.H; Uttal, B.	1989	Kişisel sebepler	Kişisel
Grönroos, C.	1994	Kişisel sebepler	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Kişisel sebepler	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		İşveren tarafından programın tanınması	Program/ Bölüm
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Eğitim fırsatları	Eğitim-Öğretim
		Arkadaş tavsiyeleri	Tavsiye/ Etki
		Üniversite araştırmaları	Araştırma
		Ün	Üniversite
		Finansal kaynak	Finansal destek
		Kadro	Öğretim elemanları
		Yüksek kaliteli öğrenci	Öğrenci
		Harçlar	Maliyet
		Kulaktan duyma bilgi	İletişim
Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Kişisel sebepler	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
		Kişisel gelişme	Kişisel

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	İş bulabilme	Kariyer
		Statü	Kariyer
		Düşük harç	Maliyet
		Burs sağlama	Finansal destek
		Daha iyi hizmet ve ilgi sağlama	Öğrenci odaklılık
		Olanaklar	Olanaklar
		Mezun networku	Dernek/ Kulüp
		Eğitim standartları	Eğitim-Öğretim
		Dünyada tanınma	Üniversite
		Üniversiteye kabul kolaylığı	Şartlar
		Okurken veya sonrasında iş bulabilme kolaylığı	Kariyer
		Yaşam maliyeti	Maliyet
		Kalacak yer	Olanaklar
		Harç ücreti	Maliyet
		Aile/akraba	Tavsiye/ Etki
		Arkadaş	Tavsiye/ Etki
Peters, M.	1992	Kurum imajı	Üniversite
Ford, J.B; Joseph, F.; Joseph, B.	1999	Kurum imajı	Üniversite
Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2002	Kurum imajı	Üniversite
		Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
Gutman, J.; Miaoulis, G.	2003	Kurum imajı	Üniversite
Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Kurs uygunluğu	Program/ Bölüm
		Bilgisayar olanakları	Olanaklar
		Kütüphane kalitesi	Olanaklar
		İyi öğretim	Eğitim-Öğretim
		Sakin alan olanağı(çalışma odaları)	Olanaklar
		Sosyal yaşam(üniversite çevresi)	Sosyal Hayat
Peng, Z.; Lawley, M.; Perry, C.	2000	Programın değerlendirilmesi	Program/ Bölüm
		Marka imajı	Üniversite
BMRB	1998	Kalacak yer	Olanaklar
		Kalacak yer maliyeti	Maliyet
		Burs olanakları	Finansal destek
		Olanaklar	Olanaklar
		Araştırma oranı	Araştırma
Levitt, T.	1980	İş istihdamı	Kariyer
		Statü	Kariyer
		Hayat tarzı	Sosyal Hayat
		Kampüsün fiziksel olanakları	Olanaklar
		Kütüphane	Olanaklar

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Sullivan, M., Siggins, J. A.	1993	Kurum imajı	Üniversite
Mortimer, K.	1997	Yüksek farkındalık	Öğrenci
		Akademik ün	Üniversite
		Öğrenim harcı	Maliyet
		Kalacak yer uygunluğu	Olanaklar
		Kurs içeriği	Program/ Bölüm
		Giriş şartları	Şartlar
		Kalacak yer maliyeti	Maliyet
Mortimer, K.	1997	Uluslar arası öğrenci sayısı	Kişisel
		Başvuru prosedürü	Şartlar
		Kişisel bilgi kaynağı	Kişisel
		Kulaktan duyma	İletişim
Long, G; Tonk, D.	1995	Farkındalık	Kişisel
		Akademik ün	Üniversite
Friedman, M.L.; Smith, L.J.	1993	Kişisel bilgi kaynağı	Kişisel
		Kulaktan duyma	İletişim
Zeithaml, V.A.; Parasuraman, A.; Berry, L.L	1985	Kişisel bilgi kaynağı	Kişisel
		Kulaktan duyma	İletişim
Nadiri, H.	2006	Akademik danışmanlığın etkinliği	Danışmanlık
		Üniversitenin danışmanlık rolü	Danışmanlık
		Akademik olmayan danışmanlık rolü	Danışmanlık
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kampüs hakkındaki görüş	Kampüs
		Kampüs hayatı	Kampüs
		Sosyal rahatlıklar ve olanaklar	Olanaklar
		Kampüs destek hizmeti	Kampüs
		Restoran, kantin vb. olanaklar	Olanaklar
		Öğretim etkinliği	Eğitim-Öğretim
		Tam zamanlı eğitim	Eğitim-Öğretim
		Yarı zamanlı eğitim	Eğitim-Öğretim
		Kariyer yolu	Kariyer
Roszkowski, J.M	2003	Kampüs atmosferi	Kampüs
		Kampüs destek hizmetleri	Kampüs
		Bireysel ilgi	Kişisel
		Öğretim etkinliği	Eğitim-Öğretim
		Kayıt etkinliği	Üniversite
		Değişik halklar için çekicilik	Üniversite
		Güvenlik	Güvenlik
		Hizmet üstünlüğü	Öğrenci odaklılık

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Roszkowski, J.M	2003	Öğrenci merkezcilik	Öğrenci odaklılık
		Akademik danışmanlık etkinliği	Danışmanlık
		Akademik hizmetler	Üniversite
		Kabul	Şartlar
		Finansal yardım etkinliği	Finansal destek
		Kampüs hayatı	Kampüs
Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Üst sırada olma	Üniversite
		Prestij	Üniversite
		Hizmetin etkileyici olması	Üniversite
		Kişisel ilgi	Kişisel
		Uygun ücret	Maliyet
		Paraya güç yetebilme	Maliyet
		Güvenilirlik	Güvenilirlik
		Çekicilik	Üniversite
Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Yerel sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Kariyer beklentileri	Kariyer
		Üniversite alt yapısı	Üniversite
		Üniversitenin sosyal hayatı	Sosyal Hayat
		İş bağlantıları	Kariyer
		Üniversitenin ünü	Üniversite
		Çalışılan alanlar	Program/ Bölüm
		Kampüs	Kampüs
		Kurs içerikleri	Program/ Bölüm
		Lokasyon	Lokasyon
		Özel şartlar(not ile ilgili)	Şartlar
		Maliyet	Maliyet
		Sunulan kurslar	Program/ Bölüm
		Üniversite rehberleri(bağımsız)	Danışmanlık
		Veliler	Tavsiye/ Etki
		Danışmanlar	Danışmanlık
		Broşürler	İletişim
		Kulaktan duyma	İletişim
		Arkadaşlar	Tavsiye/ Etki
		Öğretim elemanlarının etkisi	Tavsiye/ Etki
		Kariyer hazırlıkları	Kariyer
		Finansal kaynaklar	Finansal destek
		Akademik ün	Üniversite
Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Alt yapı sistemi ile ilişki	Üniversite
		Kütüphane olanakları	Olanaklar
		Sınıflar	Üniversite

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Bilgisayar laboratuarları	Olanaklar
		Güvenlik	Güvenlik
		Kalacak yer	Olanaklar
		Yerel sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Kariyer beklentileri	Kariyer
		Üniversite alt yapısı	Üniversite
		Üniversitenin sosyal hayatı	Sosyal Hayat
		İş bağlantıları	Kariyer
		Üniversitenin ünü	Üniversite
		Çalışılan alanlar	Program/ Bölüm
		Kampüs	Kampüs
		Akademik kalite	Üniversite
		Öğretim elemanı kalitesi	Öğretim elemanları
		Program derecesi	Program/ Bölüm
		Özelleşmiş programlardaki ünü	Program/ Bölüm
		Lokasyon	Lokasyon
		Coğrafi çevre	Lokasyon
		Kampüs ortamı	Kampüs
		Maliyetler	Maliyet
		Harç	Maliyet
		Yaşam masrafı	Maliyet
		Finansal kaynak olanağı	Finansal destek
		Gelecek kariyer beklentisi	Kariyer
		İyi maaş	Kariyer
		İş olanağı	Kariyer
		İş garantisi	Kariyer
		Yaşam kaliteleri	Kişisel
		Kalacak yer	Olanaklar
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Sendika/oda bağlantısı	Dernek/ Kulüp
		Spor olanakları	Olanaklar
		Erkek-Kız oranları, çekiciliği	Kişisel
		Bilgisayar olanakları	Olanaklar
		Gece hayatı	Sosyal Hayat
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık
		Aile	Tavsiye/ Etki
		Kariyer merkezi	Danışmanlık
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Bölümün ünü	Program/ Bölüm
		Ders içeriği	Program/ Bölüm
		Mezunların ortalama kazancı	Kariyer

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	1 yıl içerisinde iş bulma oranı	Kariyer
		Yakınlarda kalacak özel dairelerin olması	Olanaklar
		Yurt dışında çalışabilme olanağı	Kariyer
		Samimiyet	Kişisel
		Öğretim elemanları - öğrenci ilişkisi	Öğretim elemanları
		Ulaşım	Olanaklar
		Alışveriş olanakları	Olanaklar
		Okurken çalışabilme	Kişisel
		Üniversite yaşı	Üniversite
		Erkek/Kadın oranı	Kişisel
		Notlandırma sistemi	Şartlar
		Hava şartları	Diğer
		Danışma hizmetinin etkinliği	Danışmanlık
		Sağlık hizmetinin etkinliği	Olanaklar
Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Kurs içerikleri	Program/ Bölüm
		Lokasyon	Lokasyon
		Özel şartlar(not ile ilgili)	Şartlar
		Üniversite ünü	Üniversite
Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Ana dallar/bölümler	Program/ Bölüm
		Maliyet	Maliyet
		Sunulan kurslar	Program/ Bölüm
		Sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Lokasyon	Lokasyon
		Ün	Üniversite
		Üniversite rehberleri(bağımsız)	İletişim
		Veliler	Tavsiye/ Etki
		Danışmanlar	Danışmanlık
		Broşürler	İletişim
Donalson, B., McNicholos, C.	2004	Kulaktan duyma	İletişim
		Mezun memnuniyeti	Kişisel
		Web sitesi	İletişim
		Broşür	İletişim
		Akademisyen kadrosu	Öğretim elemanları
Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L.	1989	Maliyetler	Maliyet
		Kariyer hazırlıkları	Kariyer
		Finansal kaynaklar	Finansal destek
Gomes, L., Murphy, J.	2003	Bölüm seçebilme	Program/ Bölüm
		Mezun memnuniyeti	Kişisel
		Kariyer beklentileri	Kariyer
		Eğitim-öğretim yaklaşımı	Eğitim-Öğretim

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Gomes, L., Murphy, J.	2003	Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Ün	Üniversite
		Güvenlik	güvenlik
		Burs ve iş olanakları	Finansal destek
		Coğrafi konumu	Lokasyon
		Kampüs çevresi	Lokasyon
		Büyüklük	Üniversite
		Olanaklar	Olanaklar
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Veliler	Tavsiye/ Etki
		Arkadaş ve akrabalar	Tavsiye/ Etki
Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Ün	Üniversite
		Güvenlik	Güvenlik
		Burs ve iş olanakları	Finansal destek
		Coğrafi konumu	Lokasyon
		Kampüs çevresi	Lokasyon
		Büyüklük	Üniversite
		Olanaklar	Olanaklar
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Web sitesi	İletişim
		İş beklentisi	Kariyer
		Harç	Maliyet
		Yaşam giderleri	Maliyet
		Başkalarının görüşü	Tavsiye/ Etki
		Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Lokasyon	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Raselius, T.	1971	İş beklentisi	Kariyer
		Harç	Maliyet
		Yaşam giderleri	Maliyet
		Başkalarının görüşü	Tavsiye/ Etki
Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	İş beklentisi	Kariyer
		Harç	Maliyet

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Taylor, J. W.	1974	İş beklentisi	Kariyer
		Harç	Maliyet
		Yaşam giderleri	Maliyet
		Başkalarının görüşü	Tavsiye/ Etki
Hoyt, J., Brown, A.	1999	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Lokasyon	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Briggs, S., Wilson, A.	2007	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi/ünü	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Çevresindeki sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Giriş istekleri	Şartlar
		Araştırma ünü	Araştırma
		Veli	Tavsiye/ Etki
		Programın esnekliği	Program/ Bölüm
Murphy, P.	1981	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Lokasyon	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Webb, M.	1993	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Lokasyon	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Kallio, R.	1995	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Donellan, J.	2002	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Akademik ün	Üniversite
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Eve yakınlık	Lokasyon
		Arkadaş/veli etkisi	Tavsiye/ Etki
		Maliyetler	Maliyet
		Bölümün potansiyelinin olması	Program/ Bölüm
		İş bulunabilirlik	Kariyer
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Olanaklar	Olanaklar
		Bölüm çeşitliliği	Program/ Bölüm
Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Yeni programların açılması	Program/ Bölüm
		Okulun ünü	Üniversite
		Uluslararsı araştırmalar	Araştırma
		İyi eğitim programı	Eğitim-Öğretim
		Üniversite- sanayi işbirliği	Sanayi-Üniversite İşbirliği
		Öğrenci temsilcileri	Diğer
		Oda/loncalara bağlılık	Dernek/ Kulüp
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık
		Vaka çalışması	Eğitim-Öğretim
		Mezuniyet sonrası aktiviteler	Sosyal Hayat
		Bilgisayar	Olanaklar
		Çalışma odaları	Olanaklar
Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Teknik geziler	Olanaklar
		Öğretim elemanı kalitesi	Öğretim elemanı
		Üniversite lokasyonu	Lokasyon
		Çevrenin coğrafyası	Lokasyon
		Çalışma hayatındaki kalite	Kariyer
		Öğretme kalitesi	Eğitim-Öğretim
Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T.	2008	Reklam	İletişim
		Danışman araştırmaları	Araştırma
Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Özel akademik program	Program/ Bölüm
		Akademisyen farklılığı	Öğretim elemanları
		Kurs çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Küçük şehirde olma	Lokasyon
		Kampüs güzelliği	Kampüs
		Kampüs güvenliği	Kampüs
		Akademik ün	Üniversite
		Harç	Maliyet
		Esnek ders programı	Program/ Bölüm
		Rahat ve açık görüşlülük	İletişim

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Akademik kaynaklar	Olanaklar
		Kayıt oranı	Üniversite
		Finansal yardımlar	Finansal destek
		Mezun verme	Şartlar
		Spor aktiviteleri	Olanaklar
		Evde kalabilme olanağı	Olanaklar
		Akademisyen- öğrenci oranı	Üniversite
		Sınıf büyüklüğü	Üniversite
		Toplam kayıt	Üniversite
		Uluslararası eğitim standart puanı	Üniversite
		Kabul oranı	Üniversite
		Öğrencilerin devamlılığı	Üniversite
		Başarılı mezun sayısı	Üniversite
		İşe hazırlama	Üniversite
		Mezun sayısı ve kalitesi	Üniversite
		Fark yaratan kürsü sayısı	Üniversite
		Cazip, çekici bina	Kampüs
		Aktiviteler	Olanaklar
		Ödüller	Üniversite
		Göz alıcı kampus	Kampüs
		Renkli binalar	Kampüs
		Halkla ilişkiler	İletişim
		Kütüphane	Olanaklar
		Yurt odaları	Olanaklar
Baldwin, G., James, R.	2000	Kontenjan	Üniversite
		Alınan puan	Kişisel
		Ayrıcalıklı meslek	Program/ Bölüm
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		İş bulma oranı	Kariyer
		Bitirme oranı	Üniversite
		Kariyer beklentisi	Kariyer
		Eğitim öğretim yaklaşımları	Eğitim-Öğretim
		Eğitim öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Mezun memnuniyeti	Kişisel
		Kampüs çevresi	Lokasyon
		Büyüklük	Üniversite
		Olanaklar	Olanaklar
		Kurumun ünü	Üniversite
		Müfredat	Program/ Bölüm
		Harç	Maliyet
		Genel yetenekler	Kişisel

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Baldwin, G., James, R.	2000	Statü gelişimi	Kariyer
		Broşür	İletişim
		Arkadaşlar	Tavsiye/ Etki
		Akrabalar	Tavsiye/ Etki
		Üniversite yayın/tanıtımı	İletişim
		Aile	Tavsiye/ Etki
		Kadro	Öğretim elemanları
		Kütüphane	Olanaklar
		Bilgisayar laboratuarı	Olanaklar
Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Kariyer beklentisi	Kariyer
		Eğitim öğretim yaklaşımları	Eğitim-Öğretim
		Eğitim öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Mezun memnuniyeti	Kişisel
		Kampüs çevresi	Lokasyon
		Olanaklar	Olanaklar
Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Conway, T., Mackay, S., Yorke, D.	1994	Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Bölümler	Program/ Bölüm
Doyle, P., Lynch, J.	1976	Kadro/öğrenci oranı	Üniversite
		Öğrenci kalitesi	Öğrenci
Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Öğrenim	Eğitim-Öğretim
		Ders içeriği	Program/ Bölüm
		Notlandırmadaki adalet	Üniversite
		Aydın teşviği	Tavsiye/ Etki
		Ders çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Öğretim üyelerine ulaşım	Öğretim elemanları
		Sınıf büyüklüğü	Üniversite
		Ders programı	Program/ Bölüm
		Kütüphane imkanları	Olanaklar
		Bilgisayar laboratuarı	Olanaklar
		Fiziksel çevre	Lokasyon
		Güvenlik	Güvenlik
		Toplu taşıma	Olanaklar
		Sağlık hizmetleri	Olanaklar
		Yiyecek	Olanaklar
		Sosyal- kültürel aktiviteler	Olanaklar
		Kampüste kalacak yer olanağı	Olanaklar
		Spor-eğlence-dinlenme imkanı	Olanaklar
		Üniversite rehberi	İletişim
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Tercih öncesi tavsiye	Tavsiye/ Etki
		Uluslararası öğrenci ofisi	Danışmanlık
		Devlet tarafından tanınma	Üniversite
		Üniversite- sanayi işbirliği	Sanayi-Üniversite İşbirliği
		İşverenler tarafından tanınma	Üniversite
Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kurumun ünü	Üniversite
		Program	Program/ Bölüm
		Kadro	Öğretim elemanları
		İletişim saatleri	İletişim
		Programın uzunluğu	Program/ Bölüm
		Harç	Maliyet
		Kayıt için istekler	Şartlar
		Burs	Finansal destek
		Arkadaş tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		İşverenlerin tercihi	Üniversite
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Kütüphane	Olanaklar
		Seyahat-Zaman maliyetleri	Maliyet
		Bölümün sosyal atmosferi	Sosyal Hayat
		Öğretim üyelerine ulaşılabilir olma	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin arkadaş canlılığı	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin yardımseverliği	Öğretim elemanları
		Öğretim üyelerinin destek verici olması	Öğretim elemanları
		Danışmanlık	Danışmanlık
		Programın açıklığı	Program/ Bölüm
		Esneklik	Program/ Bölüm
		Web sitesi	İletişim
		Programın kalitesi	Program/ Bölüm
		Yemek olanağı	Olanaklar
		Ulaşım olanağı	Olanaklar
		Kampüste alışveriş olanağı	Olanaklar
		Sağlık merkezleri	Olanaklar
		Destek hizmetler	Olanaklar
		Çalışma odaları	Olanaklar
		Fotokopi	Olanaklar
		Bilgisayar olanağı	Olanaklar
Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Araştırma bursu	Araştırma
		Düşük maliyet	Maliyet
		Üniversitenin tipi	Üniversite
		İş beklentisi	Kariyer

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Olanaklar	Olanaklar
		Kalacak yer	Olanaklar
		Dersler	Program/ Bölüm
		Akademik standartlar	Üniversite
		Prestij	Üniversite
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Öğrenciler	Öğrenci
		İstenen dersler	Program/ Bölüm
		Öğrenci- öğretim elemanı ilişkisi	Öğretim elemanları
		İş bulma	Kariyer
Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Önceki öğrencilerden tavsiye	Tavsiye/ Etki
		Diğer kişilerden tavsiye	Tavsiye/ Etki
		Ders içerikleri	Program/ Bölüm
		Ders çeşitliliği	Program/ Bölüm
		Harç	Maliyet
		Burs	Finansal destek
		Ders programı	Program/ Bölüm
		Öğretim yöntemleri	Eğitim-Öğretim
		Sınıf lokasyonu	Lokasyon
		Kadro	Öğretim elemanları
Harrison-Walker, L. J.	2009	Akademik program	Program/ Bölüm
		Harç	Maliyet
		Burslar	Finansal destek
		İletişim	İletişim
		Yardımcı sistemler	Olanaklar
		Okul büyüklüğü	Üniversite
		Sınıf büyüklüğü	Üniversite
		Öğrenci/Akademisyen oranı	Üniversite
Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Araştırma kalitesi	Araştırma
		Mezunların iş bulma oranı	Kariyer
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Uluslararası izlenim	Üniversite
		Kadro dereceleri	Öğretim elemanları
		Farklı öğretim	Eğitim-Öğretim
		Araştırma aktiviteleri	Araştırma
		Ün	Üniversite
		Yaş	Üniversite
		Büyüklük	Üniversite
		Alınan ödüller	Üniversite
		Alıntı alınan araştımacılar olma	Araştırma

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Makaleler	Araştırma
		Akademik başarı/büyüklük oranı	Üniversite
		İşveren gözüyle değer	Kişisel
		Alıntı sayısı/ kadro oranı	Üniversite
		Öğretim elemanı/ öğrenci oranı	Üniversite
		Yabancı öğrenci yüzdesi	Kişisel
		Kütüphane	Olanaklar
		Kampüs kültürü	Sosyal Hayat
		Yaşam kalitesi	Sosyal Hayat
Klassen, M. L.	2002	Kampüs manzarası	Kampüs
		Kampüs yapısı	Kampüs
		Programlar	Program/ Bölüm
		Harç miktarı	Maliyet
		Prestij	Üniversite
Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	İyi kadro	Öğretim elemanları
		Program mifredatı	Program/ Bölüm
		Binaların çekiciliği	Kampüs
		Olanaklar	Olanaklar
		Burs	Finansal destek
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Ders programı	Program/ Bölüm
		Öğretim metotları	Eğitim-Öğretim
		Sosyal hayat	Sosyal Hayat
Wright, R. E	2008	Ders içerikleri	Program/ Bölüm
		Mezunların lisansüstü seviyeleri	Üniversite
		İşveren değerlendirmesi	Kişisel
		Tavsiyeler	Tavsiye/ Etki
		Yetenek	Kişisel
		Motivasyon	Kişisel
Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	İçerik	Program/ Bölüm
		Lokasyon	Lokasyon
		Akademik ün	Üniversite
		Üniversitenin cazipliği	Üniversite
		İş bulabilme	Kariyer
		Öğretim elemanları	Öğretim elemanları
		Kariyer ofisi	Danışmanlık
		Aile	Tavsiye/ Etki
		Arkadaşlar	Tavsiye/ Etki
		Akademik faktörler	Üniversite
		Ekonomik	Maliyet

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Sosyal durum	Kişisel
		Öğrenci ile iletişim	Öğrenci odaklılık
		Bilgi kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Kurumun politikası	Üniversite
		Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
		İş bulabilme	Kariyer
		Ders içeriği	Program/ Bölüm
		Programın değeri	Program/ Bölüm
		Evden uzaklık	Lokasyon
		Kırsal/Kentsel yer	Lokasyon
		Kampüs atmosferi	Kampüs
		Şehir olanakları	Olanaklar
		Dernekler	Dernek/ Kulüp
		Alışveriş olanağı	Olanaklar
		Eğlence aktiviteleri	Olanaklar
		Kız/Erkek oranı	Üniversite
		Harç	Maliyet
Jackson, G. A.	1982	Akademik faktörler	Üniversite
		Ekonomik	Maliyet
		Sosyal durum	Kişisel
		Yetenek	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		Öğrenci ile iletişim	Öğrenci odaklılık
Chapman, D. W.	1981	Ekonomik	Maliyet
		Sosyal durum	Kişisel
		Yetenek	Kişisel
		Kurum imajı	Üniversite
		Öğrenci ile iletişim	Öğrenci odaklılık
Keller, L. K., Staelin, R.	1987	Bilgi kalitesi	Eğitim-Öğretim
Gorman, W. P.	1976	Kurumun politikası	Üniversite
		Lokasyon	Lokasyon
Leister, D. V., Menzel, R.	1976	Kurumun politikası	Üniversite
		Lokasyon	Lokasyon
Roberts, D., Allen, A.	1997	Kurumun politikası	Üniversite
		Lokasyon	Lokasyon
Welki, A. M., Navratil, F.J.	1987	Kurumun politikası	Üniversite
		Lokasyon	Lokasyon
Erdmann, D. G.	1983	Akademik ün	Üniversite
		Yararlı branşlar	Program/ Bölüm

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Walker, P. A., Cunnington, J. L., Richards, M. A., Shattock, M. L.	1979	Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
Krone, F., Gilly, M., Zeithaml, V., Lamb, C. W.	1981	İş bulabilme	Kariyer
Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Ülke ünü	Ülke
		Kurum ünü	Üniversite
		Eğitim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Esnek giriş özellikleri	Şartlar
		Coğrafi konum	Lokasyon
Yamamoto, G. T.	2006	Akademik olanaklar	Olanaklar
		Fiziksel olanaklar	Olanaklar
		Sosyal olanaklar	Olanaklar
		Kariyer	Kariyer
		Diğerlerinin etkisi	Tavsiye/ Etki
		İş bulabilme	Kariyer
		Öğrenci	Öğrenci
		Kadro	Öğretim elemanları
		İletişim	İletişim
		Akademisyen kalitesi	Öğretim elemanları
		Öğrenci destek sistemleri	Olanaklar
		Ün	Üniversite
		Kursun özelliği	Program/ Bölüm
		Lokasyon	Lokasyon
		Finansal durum	Maliyet
		Olanaklar	Olanaklar
		Sosyal ortam	Sosyal Hayat
		Programın yapısı	Program/ Bölüm
		Akreditasyon faktörleri	Üniversite
		Bölüme ilgi	Program/ Bölüm
		Kişisel tercih	Kişisel
		Danışman etkisi	Danışmanlık
		Aile etkisi	Tavsiye/ Etki
		Tanıdık etkisi	Tavsiye/ Etki
		Statü	Kariyer
		İş fırsatları	Kariyer
		Terfi fırsatları	Kariyer
		İş beklentisi	Kariyer
		Öğrenci kulüpleri	Dernek/ Kulüp
		Spor aktiviteleri	Olanaklar

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Yamamoto, G. T.	2006	Takım çalışması	Kariyer
		Sosyal aktiviteler	Olanaklar
		Burs olanakları	Finansal destek
		Eğitim sonrasi hizmet	Öğrenci odaklılık
		Öğrenci sayısı	Üniversite
		Kütüphane	Olanaklar
		Arkadaşlık çevresi	Kişisel
		Harç	Maliyet
		Kantin	Olanaklar
		Kampüs	Kampüs
Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Kariyer	Kariyer
		Diğerlerinin etkisi	Tavsiye/ Etki
		Bölüme ilgi	Program/ Bölüm
		Kişisel tercih	Kişisel
		Danışman etkisi	Danışmanlık
		Aile	Tavsiye/ Etki
		Tanıdık	Tavsiye/ Etki
		Kariyer	Kariyer
		Statü	Kariyer
		İş bulabilme	Kariyer
		İş fırsatları	Kariyer
		Terfi fırsatları	Kariyer
		İş beklentisi	Kariyer
		Takım çalışması	Kariyer
Kaynama, S. A., Smith, L. W.	1996	İş bulabilme	Kariyer
Belanger, C., Mount, J., Wilson, M.	2002	Öğrenci	Öğrenci
		Kadro	Öğretim elemanları
		İletişim	İletişim
Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Üniversite lokasyonu	Lokasyon
		Yerel alt yapı	Üniversite
		Yerel sosyal hayat	Sosyal Hayat
		Kampüs	Kampüs
		Kariyer beklentisi	Kariyer
		Mezuniyet sonrası fırsatlar	Kariyer
		Akademik olanaklar	Olanaklar
		Sosyal olanaklar	Olanaklar
		Fiziksel olanaklar	Olanaklar
		Giriş sınavı	Şartlar
		Ulaşım durumu	Olanaklar
		Arkadaş etkisi	Tavsiye/ Etki

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Ün	Üniversite
		Tanıdık etkisi	Tavsiye/ Etki
		Araştırma	Araştırma
Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	İş tecrübesi	Kişisel
		Eğitim	Eğitim-Öğretim
		Sözlü iletişim yeteneği	Kişisel
		Motivasyon	Kişisel
		Cinsiyet	Kişisel
		Takım çalışması	Kariyer
		Teknolojik yetenek	Kişisel
		Not ortalaması	Kişisel
Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	İş tecrübesi	Kişisel
		Eğitim	Eğitim-Öğretim
		Sözlü iletişim yeteneği	Kişisel
		Motivasyon	Kişisel
		Kişiler arası beceri	Kişisel
		Cinsiyet	Kişisel
Maringe, F.	2006	Bölüme girebilme	Şartlar
		Çalışanların bakışı	Tavsiye/ Etki
		Mezun memnuniyeti	Kişisel
		Mezun iş bulma oranı	Kariyer
		Öğretim kalitesi	Eğitim-Öğretim
		Esnek çalışma fırsatları	Üniversite
		İmaj	Üniversite
		Öğretim elemanı tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Veli tavsiyesi	Tavsiye/ Etki
		Kariyer	Kariyer
		Yetenek	Kişisel
		İlgi	Kişisel
		Kadro	Öğretim elemanları
		Arkadaşlar	Tavsiye/ Etki
		Kariyer danışmanlığı	Danışmanlık
		Kolaylık	Kişisel
		Harç	Maliyet
		Çalışma alanı	Program/ Bölüm
		Evden uzaklık	Lokasyon
		Yarı zamanlı çalışma olanağı	Üniversite
		Akademik araştırma	Araştırma
		Kalacak yer olanağı	Olanaklar
		Olanaklar	Olanaklar

Çizelge A.2 (devam): Literatür taramasındaki bulgu ve ilgili kriterler.

Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Maringe, F.	2006	Broşür	İletişim
		Sınıf büyüklüğü	Üniversite
		Kız-Erkek oranı	Üniversite
Küster, I., Vila, N.	2006	Pratik alıştırmalar	Eğitim-Öğretim
		Öğrenci sayısı	Üniversite
		Ders içeriği	Program/ Bölüm
		Öğretim elemanı kalitesi	Öğretim elemanları
		Mevcut kaynaklar	Olanaklar
		Uzaktan eğitim	Eğitim-Öğretim
Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Öğretim elemanları ile iletişim	Öğretim elemanları
		Kütüphane	Olanaklar
		Bilgisayar desteği	Olanaklar
		Fiziksel çevre	Lokasyon
		Kampüs hayatı	Kampüs
		Akademik öğretim	Eğitim-Öğretim
		Danışmanlık	Danışmanlık
		Ün	Üniversite
Thomas, H., Li, X.	2009	Programın kalitesi	Program/ Bölüm
		Araştırma	Araştırma
		Finansal destek	Finansal destek
		Kaynaklar	Olanaklar
		Ün	Üniversite
		Öğretim tipi	Eğitim-Öğretim
		Öğretim hacmi	Eğitim-Öğretim
		Sosyal bağlantıları	Sosyal Hayat
		Öğrenci kalitesi	Öğrenci
		Uluslar arası derecesi	Üniversite
Gomes, L., Murphy, J.	2003	Finansal altyapı	Finansal destek
		Akademik altyapı	Üniversite
Yazar	Tarih	Bulgular	İlgili Kriter
Roberts, D., Higgins, T.	1992	Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
Saunders, J. A., Hamilton, S. D., Lancaster, G. A.	1978	Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
		İş bulabilme	Kariyer
Sevier, R.	1987	Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
Taylor, Y. J.	1994	Yararlı branşlar	Program/ Bölüm
Hill, Y., Lomas, L., McGregor, J.	2003	Akademisyen kalitesi	Öğretim elemanları
		Öğrenci destek sistemleri	Olanaklar
Walberg, H. J.	2000	Ucuzluk	Maliyet
		Uygunluk	Kişisel
		Aile	Tavsiye/ Etki

EK A.3

Çizelge A.3 : İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Araştırma	Waugh, R. F.	2003	İyi araştırma sonuçları
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Bilim
	Lehman, P.W.	1991	Bilim
	Lehman, P.W.	1992	Bilim
	Ivy, J.	2001	Araştırmalar
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Üniversite araştırmaları
	BMRB	1998	Araştırma oranı
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Araştırma ünü
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Uluslararsı araştırmalar
	Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T.	2008	Danışman araştırmaları
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Araştırma bursu
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Araştırma kalitesi
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Araştırma aktiviteleri
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Alıntı alınan araştımacılar olma
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Makaleler
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Araştırma
	Maringe, F.	2006	Akademik araştırma
	Thomas, H., Li, X.	2009	Araştırma
Danışmanlık	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Akademik danışmanlığın etkinliği
	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Danışmanlık hizmetleri
	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Kariyer danışmanlığı
	Pierce, M. R.	1995	Kariyer danışmanlığı
	Waugh, R. F.	2003	Akademik danışmanlar
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Kariyer fırsatları ile ilgili bilgi
	Ivy, J.	2001	Kariyer fuarları
	Ivy, J.	2001	Kariyer danışmanlığı ile bağlantı
	Nadiri, H.	1985	Akademik danışmanlığın etkinliği
	Nadiri, H.	1985	Üniversitenin danışmanlık rolü

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Danışmanlık	Nadiri, H.	1985	Akademik olmayan danışmanlık rolü
	Roszkowski, J.M	2003	Akademik danışmanlık etkinliği
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Üniversite rehberleri(bağımsız)
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Danışmanlar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kariyer danışmanlığı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kariyer merkezi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Danışma hizmetinin etkinliği
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Danışmanlar
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Kariyer danışmanlığı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Kariyer danışmanlığı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Uluslararası öğrenci ofisi
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Danışmanlık
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kariyer ofisi
	Yamamoto, G. T.	2006	Danışman etkisi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Danışman etkisi
	Maringe, F.	2006	Kariyer danışmanlığı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Danışmanlık
Dernek/ Kulüp	Ivy, J.	2001	Öğrenci birlikleri
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Mezun networku
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Sendika/oda bağlantısı
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Oda/loncalara bağlılık
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Dernekler
	Yamamoto, G. T.	2006	Öğrenci kulüpleri
Eğitim-Öğretim	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Eğitim etkinliği
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Öğretim
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Entelektüel bilgi sağlanması
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Sınav kalitesi
	Universities UK	1998	Öğretim ünü
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Akademik etkinlik

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Eğitim-Öğretim	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Eğitim etkinliği
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğretim ve öğrenim kalitesi
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğrenme metodu ve yeteneği
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Grup çalışması
	Waugh, R. F.	2003	İyi öğrenim
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Eğitim süresi
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Esnek yapı ve içerikler
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Pratik bileşenler(proje vs kastediliyor)
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Uluslar arası kabul
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Uluslararsı kabul
	Turner, J.P.	1998	Üniversite kalitesi
	Ivy, J.	2001	Yüksek kalitesli eğitim
	Ivy, J.	2001	Part-Time öğretim
	Lin, L.	1997	Sunulan eğitim kalitesi
	Lin, L.	1997	Öğretim fırsatları
	Lin, L.	1997	Öğretim kalitesi
	Lin, L.	1997	Eğitim kalitesi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	İyi öğretim
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Eğitim fırsatları
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Eğitim standartları
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	İyi öğretim
	Nadiri, H.	1985	Öğretim etkinliği
	Nadiri, H.	1985	Tam zamanlı eğitim
	Nadiri, H.	1985	Yarı zamanlı eğitim
	Roszkowski, J.M	2003	Öğretim etkinliği
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Öğretim kalitesi
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Eğitim-öğretim yaklaşımı
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Öğretim kalitesi
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Öğretim kalitesi

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Eğitim-Öğretim	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Eğitim kalitesi
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Öğretim kalitesi
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Eğitim kalitesi
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Öğretim kalitesi/ünü
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Eğitim kalitesi
	Murphy, P.	1981	Öğretim kalitesi
	Murphy, P.	1981	Eğitim kalitesi
	Webb, M.	1993	Öğretim kalitesi
	Webb, M.	1993	Eğitim kalitesi
	Kallio, R.	1995	Öğretim kalitesi
	Kallio, R.	1995	Eğitim kalitesi
	Donellan, J.	2002	Öğretim kalitesi
	Donellan, J.	2002	Eğitim kalitesi
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Öğretim kalitesi
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Eğitim kalitesi
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Öğretim kalitesi
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Eğitim kalitesi
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	İyi eğitim programı
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Vaka çalışması
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Öğretme kalitesi
	Baldwin, G., James, R.	2000	Öğretim kalitesi
	Baldwin, G., James, R.	2000	Öğrenci gelişimi
	Baldwin, G., James, R.	2000	Eğitim öğretim yaklaşımları
	Baldwin, G., James, R.	2000	Eğitim öğretim kalitesi
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Eğitim öğretim yaklaşımları
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Eğitim öğretim kalitesi
	Conway, T., Mackay, S., Yorke, D.	1994	Eğitim kalitesi
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Öğrenim
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Öğretim yöntemleri

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Eğitim-Öğretim	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Öğretim kalitesi
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Farklı öğretim
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Öğretim metotları
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Bilgi kalitesi
	Keller, L. K., Staelin, R.	1987	Bilgi kalitesi
	Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Eğitim kalitesi
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Öğretim etkisi
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Eğitim
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Eğitim
	Maringe, F.	2006	Öğretim kalitesi
	Küster, I., Vila, N.	2006	Pratik alıştırmalar
	Küster, I., Vila, N.	2006	Uzaktan eğitim
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Akademik öğretim
	Thomas, H., Li, X.	2009	Öğretim tipi
	Thomas, H., Li, X.	2009	Öğretim hacmi
Finansal destek	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Finansal destek etkinliği
	Niculescu, M.	2006	Finansal ödüller(burs)
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Finansal yardımlar
	Queshi, S.	1995	Burs olanağı
	Ivy, J.	2001	Burs olanağı
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Finansal kaynak
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Burs sağlama
	BMRB	1998	Burs olanakları
	Roszkowski, J.M	2003	Finansal yardım etkinliği
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Finansal kaynaklar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Finansal kaynak olanağı
	Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L.	1989	Finansal kaynaklar
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Finansal altyapı
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Burs ve iş olanakları

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Finansal destek	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Burs ve iş olanakları
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Finansal yardımlar
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Burs
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Burs
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Burslar
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Burs
	Yamamoto, G. T.	2006	Burs olanakları
	Thomas, H., Li, X.	2009	Finansal destek
Güvenilirlik	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Güvenilirlik
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Tutarlılık
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Geçerli ödül verme
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Güvenilirlik
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Sözleri tutma
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Şikayetleri ele almak
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Problemleri çözmek
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Nitelik ve derecelerin geçerliliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Akademik enstitülerin güvenilirlik derecesi
	Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	Sözünde durma
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Güvenilirlik
Güvenlik	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Güvenlik
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Güvenlik
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Güvenlik
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Güvenlik
	Roszkowski, J.M	2003	Güvenlik
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Güvenlik
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Güvenlik
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Güvenlik
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Güvenlik

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Öğretim elemanları	Pierce, M. R.	1995	Kadro ünü
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyelerinin motive etmesi
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyelerinin yorum yapması
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyeleri zorlukları anlatması
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyelerinin yardım etmesi
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyelerinin izah edebilmesi
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyelerinin çalışması
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğretim üyeleri beklentisini belirtir
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Bilgili/ etkili
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Yardımsever/ yaklaşılabilir
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğrencileri işe yerleştirebilecek
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğretim üyeleri ile daha fazla zaman
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğretim elemanı-Öğrenci ilişkisinin gelişmesi
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Akademik kadro
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Öğretim elemanları ile ilişki
	Lehman, P.W.	1991	Akademik kadro
	Lehman, P.W.	1992	Akademik kadro
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğretim üyelerinin öğretme-iletişim yeteneği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğretim üyelerinin özel alanda uzmanlaşması
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğretim üyelerinin deneyim ve pratik bilgileri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğretim üyelerinin teorik bilgi ve nitelikleri
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	İyi öğreticiler
	Niculescu, M.	2006	Uzmanlaşmadaki ünü
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Profesörlerin kalitesi
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kadro kalitesi
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kadro uzmanlığı
	Queshi, S.	1995	Kadro kalitesi
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	İyi kadro
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Öğretim elemanları

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Öğretim elemanları	Ivy, J.	2001	Kadronun ünü
	Hall, R.	1993	Kadro kalitesi
	Mazzarol, T.	1998	Kadro kalitesi
	Mazzarol, T.	1998	Kadro uzmanlığı
	Mazzarol, T., Soutar, G. N.	1999	Kadro kalitesi
	Lin, L.	1997	Kadro kalitesi
	Lin, L.	1997	Kadro uzmanlığı
	Lin, L.	1997	Akademisyenlerin yeterlikleri
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kadro kalitesi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kadro uzmanlığı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kadro kalitesi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kadro kalitesi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Profesörlerin kalitesi
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Kadro
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Öğretim elemanları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Öğretim elemanları kalitesi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Öğretim elemanları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Öğretim elemanı - öğrenci ilişkisi
	Donalson, B., McNicholos, C.	2004	Akademisyen kadrosu
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Öğretim elemanı
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Öğretim elemanı
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Öğretim elemanı kalitesi
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Akademisyen farklılığı
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kadro
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Öğretim üyelerine ulaşım
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kadro
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Öğretim elemanı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Öğretim üyelerinin ulaşılabilir olması
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Öğretim üyelerinin arkadaş canlılığı

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Öğretim elemanları	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Öğretim üyelerinin yardımseverliği
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Öğretim üyelerinin destek verici olması
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Öğretim elemanları
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Öğrenci- Öğretim elemanları ilişkisi
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Kadro
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Kadro tipi
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Kadro dereceleri
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Öğretim elemanları
	Yamamoto, G. T.	2006	Kadro
	Yamamoto, G. T.	2006	Akademisyen kalitesi
	Belanger, C., Mount, J., Wilson, M.	2002	Kadro
	Hill, Y., Lomas, L., McGregor, J.	2003	Akademisyen kalitesi
	Maringe, F.	2006	Kadro
	Küster, I., Vila, N.	2006	Öğretim elemanları kalitesi
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Öğretim elemanları ile iletişim
Kampüs	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Kampüs atmosferi
	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Kampüs hayatı
	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Kampüs destek hizmetleri
	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Kampüs güvenliği ve emniyeti
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Kampüs ortamı
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Kampüs hayatı
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Kampüs destek hizmetleri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Kampüste sosyal yaşam
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Kampüste sosyal yaşam
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Kampüs görünüş ve yerleşimi
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kampüs atmosferi
	Nadiri, H.	1985	Kampüs hayatı
	Roszkowski, J.M	2003	Kampüs atmosferi
	Mazzarol, T.	1998	Kampüs atmosferi

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kampüs	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Kampüs atmosferi
	Lin, L.	1997	Kampüs atmosferi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kampüs atmosferi
	Nadiri, H.	1985	Kampüs destek hizmeti
	Nadiri, H.	1985	Kampüs atmosferi
	Nadiri, H.	1985	Kampüs hakkındaki görüş
	Roszkowski, J.M	2003	Kampüs destek hizmetleri
	Roszkowski, J.M	2003	Kampüs hayatı
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Kampüs
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kampüs
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kampüs ortamı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kampüs güzelliği
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kampüs güvenliği
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Cazip, çekici bina
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Göz alıcı kampüs
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Renkli binalar
	Klassen, M. L.	2002	Kampüs manzarası
	Klassen, M. L.	2002	Kampüs yapısı
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Binaların çekiciliği
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kampüs atmosferi
	Yamamoto, G. T.	2006	Kampüs
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Kampüs
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Kampüs hayatı
Kariyer	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Profesyonel kariyerime katkı
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Kariyer fırsatları
	Pierce, M. R.	1995	Kariyer fırsatları
	Niculescu, M.	2006	Kolay iş Bulabilme
	Niculescu, M.	2006	Kariyer fırsatları
	Niculescu, M.	2006	Mezun olduktan sonraki maaş
	Niculescu, M.	2006	Dışarıda çalışmayı sağlama

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kariyer	Long, M.; Hillman, K.	2000	İş beklentilerinin standartlarını bilmenin kolay olması
	Long, M.; Hillman, K.	2000	İşin hacminin anlaşılır olması
	Universities UK	1998	İş umutları
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	İş beklentisi
	Bourke, A.	2000	Kariyer beklentisi
	Bourke, A.	2000	Yüksek statü
	Lin, L.	1997	İş bulunabilirlik
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kişisel gelişim
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kişisel gelişme
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	İş bulabilme
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Statü
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kariyer beklentisi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Yüksek statü
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	İş bulabilme
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Statü
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Okurken veya sonrasında iş bulabilme kolaylığı
	Levitt, T.	1980	İş istihdamı
	Levitt, T.	1980	Statü
	Nadiri, H.	1985	Kariyer yolu
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Kariyer beklentileri
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	İş bağlantıları
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Kariyer hazırlıkları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kariyer beklentileri
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	İş bağlantıları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Gelecek kariyer beklentisi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	İyi maaş

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kariyer	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	İş olanağı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	İş garantisi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	1 yıl içerisinde iş bulma oranı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Mezunların ortalama kazancı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Yurt dışında çalışabilme olanağı
	Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L.	1989	Kariyer hazırlıkları
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Kariyer beklentileri
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	İş beklentisi
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	İş bulunabilirlik
	Raselius, T.	1971	İş beklentisi
	Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	İş beklentisi
	Taylor, J. W.	1974	İş beklentisi
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	İş bulunabilirlik
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	İş bulunabilirlik
	Murphy, P.	1981	İş bulunabilirlik
	Webb, M.	1993	İş bulunabilirlik
	Kallio, R.	1995	İş bulunabilirlik
	Donellan, J.	2002	İş bulunabilirlik
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	İş bulunabilirlik
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	İş bulunabilirlik
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Çalışma hayatındaki kalite
	Baldwin, G., James, R.	2000	İş bulma oranı
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kariyer beklentisi
	Baldwin, G., James, R.	2000	Statü gelişimi
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Kariyer beklentisi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	İş beklentisi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	İş bulma
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Mezunların iş bulma oranı
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	İş bulabilme

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kariyer	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	İş bulabilme
	Saunders, J. A., Hamilton, S. D., Lancaster, G. A.	1978	İş bulabilme
	Krone, F., Gilly, M., Zeithaml, V., Lamb, C. W.	1981	İş bulabilme
	Yamamoto, G. T.	2006	Kariyer
	Yamamoto, G. T.	2006	İş bulabilme
	Yamamoto, G. T.	2006	Statü
	Yamamoto, G. T.	2006	İş fırsatları
	Yamamoto, G. T.	2006	Terfi fırsatları
	Yamamoto, G. T.	2006	İş beklentisi
	Yamamoto, G. T.	2006	Takım çalışması
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Kariyer
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Kariyer
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Statü
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	İş bulabilme
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	İş fırsatları
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Terfi fırsatları
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	İş beklentisi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Takım çalışması
	Kaynama, S. A., Smith, L. W.	1996	İş bulabilme
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Kariyer beklentisi
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Mezuniyet sonrası fırsatlar
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Takım çalışması
	Maringe, F.	2006	Mezun iş bulma oranı
	Maringe, F.	2006	Kariyer
Kişisel	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Bireysel İlgi
	Sevier, R. A.	1996	Öğrencinin akademik deneyimi
	Sevier, R. A.	1996	Öğrencinin Sosyal deneyimi
	Sevier, R. A.	1996	Öğrencinin fiziksel deneyimi
	Sevier, R. A.	1996	Öğrencinin ruhsal/dinsel deneyimi
	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Kişisel sebepler

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kişisel	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Öğrencinin morali
	Pierce, M. R.	1995	Öğrencinin morali
	Universities UK	1998	Olgun öğrenci davranışı
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Öğrenmek için yeterince zaman veriyorum
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Bu kursu yapmak için üzerimde baskı var
	Long, M.; Hillman, K.	2000	İyi bir hafızaya ihtiyacınız var
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Bireysel ilgi
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Kişisel gelişim/ değişik öğrenme yetenekleri
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Yazma-Okuma gelişimi
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Kişisel gelişimler
	Lehman, P.W.	1991	Yazma-Okuma gelişimi
	Lehman, P.W.	1992	Yazma-Okuma gelişimi
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Adaletli sınavlar
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğrencilerden geri dönüş
	Niculescu, M.	2006	Pratik yetenekleri geliştiren disiplin
	Niculescu, M.	2006	Analitik düşünme yeteneğini geliştirme
	Niculescu, M.	2006	Yaratıcılığı geliştirme
	Queshi, S.	1995	Kişisel sebepler
	Turner, J.P.	1998	Kişisel sebepler
	Bourke, A.	2000	Kişisel sebepler
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Kişisel sebepler
	Lin, L.	1997	Kişisel sebepler
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kişisel sebepler
	Dawidow, W.H; Uttal, B.	1989	Kişisel sebepler
	Grönroos, C.	1994	Kişisel sebepler
	Grönroos, C.	1994	Kişisel ihtiyaçlar
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Kişisel sebepler
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Kişisel sebepler
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Kişisel gelişme

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kişisel	Mortimer, K.	1997	Uluslar arası öğrenci sayısı
	Mortimer, K.	1997	Kişisel bilgi kaynağı
	Long, G; Tonk, D.	1995	Farkındalık
	Friedman, M.L.; Smith, L.J.	1993	Kişisel bilgi kaynağı
	Zeithaml, V.A.; Parasuraman, A.; Berry, L.L	1985	Kişisel bilgi kaynağı
	Nadiri, H.	1985	Bireysel
	Roszkowski, J.M	2003	Bireysel ilgi
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Kişisel ilgi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kişisel tercihler
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Yaşam kaliteleri
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Erkek-Kız oranları, çekiciliği
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Samimiyet
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Okurken çalışabilme
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Erkek/Kadın oranı
	Donalson, B., McNicholos, C.	2004	Mezun memnuniyeti
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Mezun memnuniyeti
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Kişisel algı
	Baldwin, G., James, R.	2000	Alınan puan
	Baldwin, G., James, R.	2000	Mezun memnuniyeti
	Baldwin, G., James, R.	2000	Genel yetenekler
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Mezun memnuniyeti
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Doğrudan araştırma
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	İşveren gözüyle değer
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Yabancı öğrenci yüzdesi
	Wright, R. E	2008	İşveren değerlendirmesi
	Wright, R. E	2008	Yetenek
	Wright, R. E	2008	Motivasyon
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Sosyal durum
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Yetenek

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Kişisel	Jackson, G. A.	1982	Sosyal durum
	Jackson, G. A.	1982	Yetenek
	Chapman, D. W.	1981	Sosyal durum
	Chapman, D. W.	1981	Yetenek
	Yamamoto, G. T.	2006	Kişisel tercih
	Yamamoto, G. T.	2006	Arkadaşlık çevresi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Kişisel tercih
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	İş tecrübesi
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Sözlü iletişim yeteneği
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Motivasyon
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Kişiler arası beceri
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Cinsiyet
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Teknolojik yetenek
	Peppas, S. C., Yu. T. L.	2005	Not ortalaması
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	İş tecrübesi
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Sözlü iletişim yeteneği
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Motivasyon
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Kişiler arası beceri
	Graves, L. M., Karren, R. J.	1992	Cinsiyet
	Maringe, F.	2006	Mezun memnuniyeti
	Maringe, F.	2006	Yetenek
	Maringe, F.	2006	İlgi
	Maringe, F.	2006	Kolaylık
	Walberg, H. J.	2000	Uygunluk
	Thomas, H., Li, X.	2009	Yetenek
Lokasyon	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Kampüs yerleşimi
	Universities UK	1998	Evden uzaklık
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Üniversite çevresi
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ulaşımın uygunluğu
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Görsel çekici çevre
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Çevrenin görsel çekiciliği

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Lokasyon	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	İdeal lokasyon
	Lawley, M.	1998	İklim
	Lawley, M.	1998	Evden uzaklık
	Ivy, J.	2001	Coğrafi konum
	Lin, L.	1997	Eve yakınlık
	Lin, L.	1997	Lokasyon
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Eve uzaklığı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Eve uzaklığı
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Üniversite çevresi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Şehir Etkisi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Şehir büyüklüğü
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Şehir imajı
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Çevre
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Sosyal yaşam(üniversite çevresi)
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Eve yakınlık
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Lokasyon
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Lokasyon
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Coğrafi çevre
	Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Lokasyon
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Lokasyon
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Coğrafi konumu
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Kampüs çevresi
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Coğrafi konumu
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Kampüs çevresi
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Eve yakınlık
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Lokasyon
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Eve yakınlık
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Lokasyon
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Eve yakınlık
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Lokasyon

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Lokasyon	Murphy, P.	1981	Eve yakınlık
	Murphy, P.	1981	Lokasyon
	Webb, M.	1993	Eve yakınlık
	Webb, M.	1993	Lokasyon
	Kallio, R.	1995	Eve yakınlık
	Kallio, R.	1995	Lokasyon
	Donellan, J.	2002	Eve yakınlık
	Donellan, J.	2002	Lokasyon
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Eve yakınlık
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Lokasyon
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Eve yakınlık
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Lokasyon
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Üniversite lokasyonu
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Çevrenin coğrafyası
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Küçük şehirde olma
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kültürel zenginlik
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kampüs çevresi
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Kampüs çevresi
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Fiziksel çevre
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Sınıf lokasyonu
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Lokasyon
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Evden uzaklık
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kırsal/Kentsel yer
	Gorman, W. P.	1976	Lokasyon
	Leister, D. V., Menzel, R.	1976	Lokasyon
	Roberts, D., Allen, A.	1997	Lokasyon
	Welki, A. M., Navratil, F.J.	1987	Lokasyon
	Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Coğrafi konum
	Yamamoto, G. T.	2006	Lokasyon
	Maringe, F.	2006	Evden uzaklık
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Fiziksel çevre

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Maliyet	Downie, N.; Möller, I.	2002	Öğrenci geçimi/yardımı
	Waugh, R. F.	2003	Düşük maliyet(öğrenci başına)
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Kalacak yer maliyeti
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Eğitim maliyeti
	Lawley, M.	1998	Maliyet
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Yaşam maliyeti
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Maliyet
	Queshi, S.	1995	Toplam maliyet
	Ivy, J.	2001	Harç
	Lin, L.	1997	Maliyetler
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Maliyet ve Kaynak
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Yaşam maliyeti
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Harçlar
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Düşük harç
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Yaşam maliyeti
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Harç ücreti
	BMRB	1998	Kalacak yer maliyeti
	Mortimer, K.	1997	Öğrenim harcı
	Mortimer, K.	1997	Kalacak yer maliyeti
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Uygun ücret
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Paraya güç yetebilme
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Maliyet
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Maliyetler
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Harç
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Yaşam masrafı
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Maliyet
	Parker, R. S., Pettijohn, C., Pettijohn, L.	1989	Maliyetler
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Harç
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Yaşam giderleri

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Maliyet	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Maliyetler
	Raselius, T.	1971	Harç
	Raselius, T.	1971	Yaşam giderleri
	Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	Harç
	Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	Yaşam giderleri
	Taylor, J. W.	1974	Harç
	Taylor, J. W.	1974	Yaşam giderleri
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Maliyetler
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Maliyetler
	Murphy, P.	1981	Maliyetler
	Webb, M.	1993	Maliyetler
	Kallio, R.	1995	Maliyetler
	Donellan, J.	2002	Maliyetler
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Maliyetler
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Maliyetler
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Harç
	Baldwin, G., James, R.	2000	Harç
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Harç
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Seyahat-Zaman maliyetleri
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Düşük maliyet
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Harç
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Harç
	Klassen, M. L.	2002	Harç miktarı
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Ekonomik
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Harç
	Jackson, G. A.	1982	Ekonomik
	Chapman, D. W.	1981	Ekonomik
	Yamamoto, G. T.	2006	Finansal durum
	Yamamoto, G. T.	2006	Harç
	Maringe, F.	2006	Harç
	Walberg, H. J.	2000	Ucuzluk

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Olanaklar	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Fiziksel olanaklar
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Akademik olanaklar
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Konaklama olanakları
	Pierce, M. R.	1995	Akademik olanaklar
	Pierce, M. R.	1995	Konaklama imkanı
	Pierce, M. R.	1995	Öğrenci destek hizmetleri
	Universities UK	1998	Akademik destek olanakları
	Waugh, R. F.	2003	Bilgisayar olanakları
	Waugh, R. F.	2003	Kütüphane kaynakları
	Waugh, R. F.	2003	Öğretim elemanları ve ders olanakları
	Waugh, R. F.	2003	Sağlık olanakları
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Kütüphane kullanımı
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Sanat-Müzik-Tiyatro
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Spor aktiviteleri
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Kalacak yer
	Lehman, P.W.	1991	Kütüphane kullanımı
	Lehman, P.W.	1991	Sanat-Müzik-Tiyatro
	Lehman, P.W.	1992	Kütüphane kullanımı
	Lehman, P.W.	1992	Sanat-Müzik-Tiyatro
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Öğrencileri cesaretlendirme
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Akademik ve destek olanakları
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanaklara ulaşılabilirlik
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanakların yeterliliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanakların modernliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanak ve donanımların elverişliliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanak ve donanım yeterliliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanak ve donanım modernliği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Olanak ve donanımlara ulaşma uygunluğu
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Kalacak yer olanakları
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Akademik olanakları

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Olanaklar	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Spor aktiviteleri
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Eğlence/ dinlence olanakları
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kampüs olanakları
	Queshi, S.	1995	Kütüphane olanağı
	Bourke, A.	2000	Kaynaklar ve imkanlar
	Ivy, J.	2001	Fiziksel olanaklar
	Ivy, J.	2001	Mezun destekleri
	Ivy, J.	2001	Spor/Eğlence olanakları
	Ivy, J.	2001	Laboratuar olanakları
	Mazzarol, T.	1998	Kaynaklar
	Lin, L.	1997	Olanaklar
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Toplu taşıma imkanı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Park alanı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Toplu taşıma imkanı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Park alanı
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kültürel aktiviteler
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kampüs olanakları
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Bilgisayar olanakları
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kütüphane kalitesi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Sakin alan olanağı(çalışma odaları)
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Olanaklar
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Kalacak yer
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Bilgisayar olanakları
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Kütüphane kalitesi
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Sakin alan olanağı(çalışma odaları)
	BMRB	1998	Kalacak yer
	BMRB	1998	Olanaklar
	Levitt, T.	1980	Kampüsün fiziksel olanakları
	Levitt, T.	1980	Kütüphane
	Mortimer, K.	1997	Kalacak yer uygunluğu

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Olanaklar	Nadiri, H.	1985	Sosyal rahatlıklar ve olanaklar
	Nadiri, H.	1985	Restoran, kantin vb. olanaklar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kütüphane olanakları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Bilgisayar laboratuarları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kalacak yer
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Kalacak yer
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Spor olanakları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Bilgisayar olanakları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Yakınlarda kalacak özel dairelerin olması
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Ulaşım
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Alışveriş olanakları
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Sağlık hizmetinin etkinliği
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Olanaklar
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Olanaklar
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Olanaklar
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Olanaklar
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Olanaklar
	Murphy, P.	1981	Olanaklar
	Webb, M.	1993	Olanaklar
	Kallio, R.	1995	Olanaklar
	Donellan, J.	2002	Olanaklar
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Olanaklar
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Olanaklar
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Bilgisayar
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Çalışma odaları
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Teknik geziler
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Akademik kaynaklar
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Spor aktiviteleri
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Evde kalabilme olanağı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Aktiviteler

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Olanaklar	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kütüphane
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Yurt odaları
	Baldwin, G., James, R.	2000	Olanaklar
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kütüphane
	Baldwin, G., James, R.	2000	Bilgisayar laboratuarı
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Olanaklar
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Kütüphane imkanları
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Bilgisayar laboratuarı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Toplu taşıma
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Otopark imkanı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Sağlık hizmetleri
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Yiyecek
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Sosyal- kültürel aktiviteler
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Kampüste kalacak yer olanağı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Spor-eğlence-dinlenme imkanı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kütüphane
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Yemek olanağı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Ulaşım olanağı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kampüste alışveriş olanağı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Sağlık merkezleri
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Destek hizmetler
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Çalışma odaları
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Fotokopi
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Bilgisayar olanağı
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Olanaklar
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Kalacak yer
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Yardımcı sistemler
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Kütüphane
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Olanaklar
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Şehir olanakları

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Olanaklar	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Alışveriş olanağı
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Eğlence aktiviteleri
	Yamamoto, G. T.	2006	Akademik olanaklar
	Yamamoto, G. T.	2006	Fiziksel olanaklar
	Yamamoto, G. T.	2006	Sosyal olanaklar
	Yamamoto, G. T.	2006	Öğrenci destek sistemleri
	Yamamoto, G. T.	2006	Olanaklar
	Yamamoto, G. T.	2006	Spor aktiviteleri
	Yamamoto, G. T.	2006	Sosyal aktiviteler
	Yamamoto, G. T.	2006	Kütüphane
	Yamamoto, G. T.	2006	Kantin
	Hill, Y., Lomas, L., McGregor, J.	2003	Öğrenci destek sistemleri
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Akademik olanaklar
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Sosyal olanaklar
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Fiziksel olanaklar
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Ulaşım durumu
	Maringe, F.	2006	Kalacak yer olanağı
	Maringe, F.	2006	Olanaklar
	Küster, I., Vila, N.	2006	Mevcut kaynaklar
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Kütüphane
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Bilgisayar desteği
	Thomas, H., Li, X.	2009	Kaynaklar
Öğrenci	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Yüksek kaliteli öğrenci
	Mortimer, K.	1997	Yüksek farkındalık
	Doyle, P., Lynch, J.	1976	Öğrenci kalitesi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Öğrenciler
	Yamamoto, G. T.	2006	Öğrenci
	Belanger, C., Mount, J., Wilson, M.	2002	Öğrenci
	Thomas, H., Li, X.	2009	Öğrenci kalitesi

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Öğrenci odaklılık	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Hizmet üstünlüğü
	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Öğrenci odaklılık
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Hizmet alanları düşünmek
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Hizmet üstünlüğü
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Öğrenci merkezcilik
	Waugh, R. F.	2003	Öğrenci memnuniyeti
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Daha iyi hizmet ve ilgi sağlama
	Roszkowski, J.M	2003	Hizmet üstünlüğü
	Roszkowski, J.M	2003	Öğrenci merkezcilik
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Öğrenci ile iletişim
	Jackson, G. A.	1982	Öğrenci ile iletişim
	Chapman, D. W.	1981	Öğrenci ile iletişim
	Yamamoto, G. T.	2006	Eğitim sonrasi hizmet
Program/ Bölüm	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Akademik program
	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Program kalitesi
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Ders içeriği
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Programın genişliği
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Çalışan nezaketi
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Özel akademik program olması
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Üniversite ziyaretleri
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Kurs/Bölüm çeşitliliği
	Pierce, M. R.	1995	Özel akademik program olanağı
	Pierce, M. R.	1995	Kurs çeşitliliği
	Universities UK	1998	Sunulan dersler
	Long, M.; Hillman, K.	2000	Bu kurstan beklediğimi genellikle buldum
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Spesifik bir alanı içersin
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Bölümüm/kursum
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Meslek
	Lehman, P.W.	1991	Bölümüm/kursum
	Lehman, P.W.	1991	Meslek
	Lehman, P.W.	1992	Bölümüm/kursum

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Program/ Bölüm	Lehman, P.W.	1992	Meslek
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Özel programlar
	Niculescu, M.	2006	Çalışma alanlarına ilgi
	Niculescu, M.	2006	Alanın ilgi çekiciliği
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Programın uygunluğu
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kurs/Bölümün geniş seçim olanağı
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Program uyumu
	Hooley, G.J. ; Lynch, J.E.	1981	Programın uygunluğu
	Hooley, G.J. ; Lynch, J.E.	1981	Programın değerlendirilmesi
	Queshi, S.	1995	Programın değerlendirilmesi
	Queshi, S.	1995	Geniş Bölüm
	Queshi, S.	1995	Programın ünü
	Bourke, A.	2000	Programın değerlendirilmesi
	Ivy, J.	2001	Sunulan kurs aralığı
	Ivy, J.	2001	Ders çeşitliliği
	Ivy, J.	2001	Ders ve sınıf olanaklarının kalitesi
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Programın değerlendirilmesi
	Lin, L.	1997	Bölümün potansiyelinin olması
	Lin, L.	1997	Bölüm çeşitliliği
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Bölüm çeşitliliği
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Bölüm çeşitliliği
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Programın değerlendirilmesi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Programın tanınması
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Programın uygunluğu
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Programın özgünlüğü
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kurs uygunluğu
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	İşveren tarafından programın tanınması
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Programın değerlendirilmesi
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2002	Programın değerlendirilmesi
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Kurs uygunluğu

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Program/ Bölüm	Peng, Z.; Lawley, M.; Perry, C.	2000	Programın değerlendirilmesi
	Mortimer, K.	1997	Kurs içeriği
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Çalışılan alanlar
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Kurs içerikleri
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Ana dallar/bölümler
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Sunulan kurslar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Çalışılan alanlar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Program derecesi
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Özelleşmiş programlardaki ünü
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Bölümün ünü
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Ders içeriği
	Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Kurs içerikleri
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Ana dallar/bölümler
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Sunulan kurslar
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Bölüm seçebilme
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Bölümün potansiyelinin olması
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Bölüm çeşitliliği
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Bölümün potansiyelinin olması
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Bölüm çeşitliliği
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Bölümün potansiyelinin olması
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Bölüm çeşitliliği
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Programın esnekliği
	Murphy, P.	1981	Bölümün potansiyelinin olması
	Murphy, P.	1981	Bölüm çeşitliliği
	Webb, M.	1993	Bölümün potansiyelinin olması
	Webb, M.	1993	Bölüm çeşitliliği
	Kallio, R.	1995	Bölümün potansiyelinin olması
	Kallio, R.	1995	Bölüm çeşitliliği
	Donellan, J.	2002	Bölümün potansiyelinin olması
	Donellan, J.	2002	Bölüm çeşitliliği

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Program/ Bölüm	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Bölümün potansiyelinin olması
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Bölüm çeşitliliği
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Bölümün potansiyelinin olması
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Bölüm çeşitliliği
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Yeni programların açılması
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Özel akademik program
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kurs çeşitliliği
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Esnek ders programı
	Baldwin, G., James, R.	2000	Ayrıcalıklı meslek
	Baldwin, G., James, R.	2000	Müfredat
	Conway, T., Mackay, S., Yorke, D.	1994	Bölümler
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Ders içeriği
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Ders çeşitliliği
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Ders programı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Program
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Programın uzunluğu
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Programın açıklığı
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Esneklik
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Programın kalitesi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Dersler
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	İstenen dersler
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Ders içerikleri
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Ders çeşitliliği
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Ders programı
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Akademik program
	Klassen, M. L.	2002	Programlar
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Program mifredatı
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Ders programı
	Wright, R. E	2008	Ders içerikleri
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	İçerik

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Program/ Bölüm	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Yararlı branşlar
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Ders içeriği
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Programın değeri
	Erdmann, D. G.	1983	Yararlı branşlar
	Roberts, D., Higgins, T.	1992	Yararlı branşlar
	Saunders, J. A., Hamilton, S. D., Lancaster, G. A.	1978	Yararlı branşlar
	Sevier, R.	1987	Yararlı branşlar
	Taylor, Y. J.	1994	Yararlı branşlar
	Walker, P. A., Cunnington, J. L., Richards, M. A., Shattock, M. L.	1979	Yararlı branşlar
	Yamamoto, G. T.	2006	Kursun özelliği
	Yamamoto, G. T.	2006	Programın yapısı
	Yamamoto, G. T.	2006	Bölüme ilgi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Bölüme ilgi
	Maringe, F.	2006	Çalışma alanı
	Küster, I., Vila, N.	2006	Ders içeriği
	Thomas, H., Li, X.	2009	Programın kalitesi
Sanayi-Üniversite İşbirliği	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Gerçek hayatla bağlantı(üniversite-sanayi işbirliği)
	Downie, N.; Möller, I.	2002	Endüstri/ iş yükü/ gerçek hayat ile ilgili içerik olması
	Ivy, J.	2001	Endüstri ile bağlantı
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Üniversite- sanayi işbirliği
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Üniversite- sanayi işbirliği
Sosyal Hayat	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Üniversitenin sosyal hayatı
	Universities UK	1998	Sosyal hayat
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Yaşam stili
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Yaşam stili
	Price, I.; Matzdorf, F.; Smith, L.; Agahi, H.	2003	Sosyal yaşam(üniversite çevresi)
	Levitt, T.	1980	Hayat tarzı
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Yerel sosyal hayat
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Üniversitenin sosyal hayatı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Yerel sosyal hayat

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Sosyal Hayat	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Üniversitenin sosyal hayatı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Gece hayatı
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Sosyal hayat
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Çevresindeki sosyal hayat
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Mezuniyet sonrası aktiviteler
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Bölümün sosyal atmosferi
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Kampüs kültürü
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Sosyal hayat
	Yamamoto, G. T.	2006	Sosyal ortam
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Yerel sosyal hayat
	Thomas, H., Li, X.	2009	Sosyal bağlantıları
Şartlar	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Giriş istekleri
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	İstenilen en düşük not
	Pierce, M. R.	1995	Akademik kesinti
	Universities UK	1998	Giriş kriterleri
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Giriş ve finansal kaynak etkinliği
	Waugh, R. F.	2003	Tamamlama oranı
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Temel bilgi ve yetenek istekleri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ek bilgi ve yetenek istekleri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	İngilizce yeterlilik isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Destekleyici döküman isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	İngilizce yeterlilik isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Temel bilgi ve yetenek isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ek bilgi ve yetenek isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Destek döküman isteği
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Tercih olanakları
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Esnek giriş istekleri
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Giriş şartları
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Giriş istekleri
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Üniversiteye kabul kolaylığı

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Şartlar	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Giriş istekleri
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Akademik kesinti(istenilen en düşük not)
	Pierce, M. R.	1995	Akademik kesinti
	Universities UK	1998	Giriş kriterleri
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Giriş ve finansal kaynak etkinliği
	Waugh, R. F.	2003	Tamamlama oranı
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Temel bilgi ve yetenek istekleri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ek bilgi ve yetenek istekleri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	İngilizce yeterlilik isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Destekleyici döküman isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	İngilizce yeterlilik isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Temel bilgi ve yetenek isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ek bilgi ve yetenek isteği
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Destek döküman isteği
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Tercih olanakları
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Esnek giriş istekleri
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Giriş şartları
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Giriş istekleri
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Üniversiteye kabul kolaylığı
	BMRB	1998	Giriş şartları
	Mortimer, K.	1997	Giriş şartları
	Mortimer, K.	1997	Başvuru prosedürü
	Roszkowski, J.M	2003	Kabul
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Özel şartlar(not ile ilgili)
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Notlandırma sistemi
	Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Özel şartlar(not ile ilgili)
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Giriş istekleri
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Mezun verme
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kayıt için istekler

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Şartlar	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Bürokrasinin az olması
	Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Esnek giriş özellikleri
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Giriş sınavı
	Maringe, F.	2006	Bölüme girebilme
Tavsiye/ Etki	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Arkadaş etkisi
	Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. B.; Brown, D.	1998	Akraba etkisi
	Pace, C.R. ; Swayze, S.	1992	Öğrenci tanıdıkları
	Lehman, P.W.	1991	Öğrenci tanıdıkları
	Lehman, P.W.	1992	Öğrenci tanıdıkları
	Niculescu, M.	2006	Ailenin, arkadaş ve öğretmenlerin etkisi
	Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	Akraba ve arkadaşlara önerme
	Turner, J.P.	1998	Ailenin tavsiyesi
	Turner, J.P.	1998	Arkadaş tavsiyesi
	Turner, J.P.	1998	Tanıdık tavsiyesi
	Bourke, A.	2000	Ailenin tavsiyesi
	Bourke, A.	2000	Arkadaş tavsiyesi
	Bourke, A.	2000	Tanıdık tavsiyesi
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Ailenin tavsiyesi
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Arkadaş tavsiyesi
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Tanıdık tavsiyesi
	Lin, L.	1997	Arkadaş/veli etkisi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Ailelerin düşüncesi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Arkadaşların tercih durumu
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Tavsiye
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Arkadaş tavsiyeleri
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Aile/akraba
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Arkadaş
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Veliler
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Arkadaşlar

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Tavsiye/ Etki	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Aile
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Veliler
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Veliler
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Arkadaş ve akrabalar
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Başkalarının görüşü
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Arkadaş/veli etkisi
	Raselius, T.	1971	Başkalarının görüşü
	Jacoby, J., Kaplan, L.	1972	Başkalarının görüşü
	Taylor, J. W.	1974	Başkalarının görüşü
	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Arkadaş/veli etkisi
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Arkadaş/veli etkisi
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Veli
	Murphy, P.	1981	Arkadaş/veli etkisi
	Webb, M.	1993	Arkadaş/veli etkisi
	Kallio, R.	1995	Arkadaş/veli etkisi
	Donellan, J.	2002	Arkadaş/veli etkisi
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Arkadaş/veli etkisi
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Arkadaş/veli etkisi
	Baldwin, G., James, R.	2000	Arkadaşlar
	Baldwin, G., James, R.	2000	Akrabalar
	Baldwin, G., James, R.	2000	Aile
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Aydın teşviği
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Tercih öncesi tavsiye
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Arkadaş tavsiyesi
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Önceki öğrencilerden tavsiye
	Nicholls, J., Harris, J., Morgan, E., Clarke, K, Sims, D.	1995	Diğer kişilerden tavsiye
	Wright, R. E	2008	Tavsiyeler
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Aile
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Arkadaşlar

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Tavsiye/ Etki	Yamamoto, G. T.	2006	Diğerlerinin etkisi
	Yamamoto, G. T.	2006	Aile etkisi
	Yamamoto, G. T.	2006	Tanıdık etkisi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Diğerlerinin etkisi
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Aile
	Strasser, S., Ozgur, C., Schoeder, D. L.	2002	Tanıdık
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Arkadaş etkisi
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Tanıdık etkisi
	Maringe, F.	2006	Çalışanların bakışı
	Maringe, F.	2006	Öğretim elemanı tavsiyesi
	Maringe, F.	2006	Veli tavsiyesi
	Maringe, F.	2006	Arkadaşlar
	Walberg, H. J.	2000	Aile
Üniversite	Elliott, K. M. ; Healy, M. A.	2001	Kayıt etkinliği
	Kotler, P.; Fox, F. M.	1995	Kurum prestiji
	Freeman, I.; Thomas, M.	2005	Üniversite ünü
	Pierce, M. R.	1995	Üniversitenin ünü
	Pierce, M. R.	1995	Öğrenci/kadro oranı
	Universities UK	1998	Genel imaj
	Lancey, P. M.; Salazar, M.; Suleski, D.	2002	Kayıt etkinliği
	Downie, N.; Möller, I.	2002	İdari hizmetler
	Waugh, R. F.	2003	Doktora öğrencileri
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Sıralama ve çizelgeleme
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Ulusal eğitim standartı
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Akademik enstitünün ünü
	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2005	Mezunların ünü
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	Tanınmış dereceler(saygınlık)
	Joseph, M.; Joseph, B.	1997	İş bulabilen mezunlar
	Niculescu, M.	2006	Prestij

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Niculescu, M.	2006	İyi ün sahibi olan özelleşmeler
	Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	İyi etki
	Nguyen, N.; LeBlanc, G.	2001	İyi ün
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Akademik ün
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kurum prestiji
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Konum sırası
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Blimsellik
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Üniversite kalitesi
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Kurum ünü
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Organizasyonel uzmanlık
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Prestij(akademik ün)
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Çekicilik
	Cubillo-Pinilla, J.M.; Zunigo, J.; Losentoz, I.S; Sanchez, J.	2009	Akademik organizasyon içerisindeki sırası
	Queshi, S.	1995	Kurum ünü
	Queshi, S.	1995	Organizasyonel uzmanlık
	Queshi, S.	1995	Kurum imajı
	Queshi, S.	1995	Üniversite ünü
	Turner, J.P.	1998	Uluslararsı kabul
	Turner, J.P.	1998	Kurum imajı
	Bourke, A.	2000	Kurumun(okulun) Ünü
	Bourke, A.	2000	Okulun Kültürü
	Ivy, J.	2001	Akademik ün
	Ivy, J.	2001	Akreditasyon
	Ivy, J.	2001	Öğrenci değişim programları
	Hall, R.	1993	Kurum ünü
	Hall, R.	1993	Organizasyonel uzmanlık
	Mazzarol, T.	1998	Kurum ünü
	Mazzarol, T.	1998	Organizasyonel uzmanlık
	Mazzarol, T.	1998	Çekicilik

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Mazzarol, T.	1998	İmaj
	Mazzarol, T., Soutar, G. N.	1999	Kurum ünü
	Mazzarol, T., Soutar, G. N.	1999	Organizasyonel uzmanlık
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Çekicilik
	Krampf, R.F.; Heinlein, A.C.	1981	Kurum imajı
	Lin, L.	1997	Prestij(akademik ün)
	Lin, L.	1997	Çekicilik
	Lin, L.	1997	Kurum imajı
	Lin, L.	1997	Kurumun ünü
	Lin, L.	1997	Akademik ün
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Prestij(akademik ün)
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Çekicilik
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Kurum imajı
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Üniversite tipi
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Geçiş yapabilme
	Soutar, G.N.; Turner, J.P.	2002	Üniversite tipi
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Uluslar arası geçmiş
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Akademik ün
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kurum imajı
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Kurum presteji
	Cubillo, J.M.; Sanchez, J.; Cervino, J.	2006	Uluslararsı tanınma
	Grönroos, C.	1994	Kurum imajı
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Kurum imajı
	Mazzarol, T.; Hosie, P.	1996	Ün
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Kurum imajı
	Binsardi, A.; Ekwulugo, F.	2003	Dünyada tanınma
	Peters, M.	1992	Kurum imajı
	Sullivan, M., Siggins, J. A.	1993	Kurum imajı
	Ford, J.B; Joseph, F.; Joseph, B.	1999	Kurum imajı

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Srikatanyoo, N.; Gnoth, J.	2002	Kurum imajı
	Gutman, J.; Miaoulis, G.	2003	Kurum imajı
	Peng, Z.; Lawley, M.; Perry, C.	2000	Marka imajı
	Mortimer, K.	1997	Akademik ün
	Long, G; Tonk, D.	1995	Akademik ün
	Roszkowski, J.M	2003	Kayıt etkinliği
	Roszkowski, J.M	2003	Değişik halklar için çekicilik
	Roszkowski, J.M	2003	Akademik hizmetler
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Üst sırada olma
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Prestij
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Hizmetin etkileyici olması
	Blankson, C., Kalafatis, S. P.	2006	Çekicilik
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Üniversite alt yapısı
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Üniversitenin ünü
	Riana, K. E., Zuhairi, A., Maria, M.	2006	Akademik ün
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Alt yapı sistemi ile ilişki
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Sınıflar
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Üniversite alt yapısı
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Üniversitenin ünü
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Akademik kalite
	Veloutsou, C.,Lewis, J.W.,Paton, R.A.	2004	Üniversite yaşı
	Moogan, Y.J, Baron, S., Harris, K.	1999	Üniversite ünü
	Rosen, D.E., Currant, J.M., Greenlee, T.B.	1998	Ün
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Akademik altyapı
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Ün
	Gomes, L., Murphy, J.	2003	Büyüklük
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Ün
	Mazzarol, T., Kemp, S., Lawson, S.	1996	Büyüklük
	Soares, A. M., Simoes, C.	2009	Akademik ün

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Hoyt, J., Brown, A.	1999	Akademik ün
	Briggs, S., Wilson, A.	2007	Akademik ün
	Murphy, P.	1981	Akademik ün
	Webb, M.	1993	Akademik ün
	Kallio, R.	1995	Akademik ün
	Donellan, J.	2002	Akademik ün
	Shanka, T., Quintal, V., Taylor, R.	2005	Akademik ün
	Holdswoth, D. and Nind, D.	2005	Akademik ün
	Westerström, R.A., Westerström, N.G.	2009	Okulun ünü
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Akademik ün
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kayıt oranı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Akademisyen- öğrenci oranı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Sınıf büyüklüğü
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Toplam kayıt
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Uluslararası eğitim standart puanı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Kabul oranı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Öğrencilerin devamlılığı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Başarılı mezun sayısı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	İşe hazırlama
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Mezun sayısı ve kalitesi
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Fark yaratan kürsü sayısı
	Lowry, J. R., Owens, B. D.	2001	Ödüller
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kontenjan
	Baldwin, G., James, R.	2000	Bitirme oranı
	Baldwin, G., James, R.	2000	Büyüklük
	Baldwin, G., James, R.	2000	Kurumun ünü
	Ashenden, D., Milligan, S.	1995	Büyüklük
	Doyle, P., Lynch, J.	1976	Kadro/öğrenci oranı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Notlandırmadaki adalet
	Thomas, H., Li, X.	2009	Ün
	Thomas, H., Li, X.	2009	Uluslar arası derecesi

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Sınıf büyüklüğü
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Devlet tarafından tanınma
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	İşverenler tarafından tanınma
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	Kurumun ünü
	Hesketh, A.J., Knight, P. T.	1999	İşverenlerin tercihi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Üniversitenin tipi
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Akademik standartlar
	Bakewell, C. J., Gibson- Sweet, M. F.	1998	Prestij
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Okul büyüklüğü
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Sınıf büyüklüğü
	Harrison-Walker, L. J.	2009	Öğrenci/Akademisyen oranı
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Uluslararası izlenim
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Ün
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Yaş
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Büyüklük
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Alınan ödüller
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Akademik başarı/büyüklük oranı
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Alıntı sayısı/ kadro oranı
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Öğretim elemanı/ öğrenci oranı
	Charon, A., Wauters, J. P.	2008	Yabancı öğretim elemanı yüzdesi
	Klassen, M. L.	2002	Prestij
	Oplatka, I., Hemsley-Brown, J.	2004	Sınav sistemi
	Wright, R. E	2008	Mezunların lisansüstü seviyeleri
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Akademik ün
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Üniversitenin cazipliği
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Akademik faktörler
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kurum imajı
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kurumun politikası
	Moogan, Y.J, Baron, S., Bainbridge, S.	2001	Kız/Erkek oranı
	Chapman, D. W.	1981	Kurum imajı

Çizelge A.3 (devam): İlgili kriterlere göre literatürdeki kaynaklar.

İlgili Kriter	Yazar	Tarih	Bulgular
Üniversite	Jackson, G. A.	1982	Akademik faktörler
	Jackson, G. A.	1982	Kurum imajı
	Gorman, W. P.	1976	Kurumun politikası
	Leister, D. V., Menzel, R.	1976	Kurumun politikası
	Roberts, D., Allen, A.	1997	Kurumun politikası
	Welki, A. M., Navratil, F.J.	1987	Kurumun politikası
	Erdmann, D. G.	1983	Akademik ün
	Mazzarol, T. W., Soutar, G. N.	2008	Kurum ünü
	Yamamoto, G. T.	2006	Ün
	Yamamoto, G. T.	2006	Akreditasyon faktörleri
	Yamamoto, G. T.	2006	Öğrenci sayısı
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Yerel alt yapı
	Keskinen, E., Tiureniemi, J., Liimola, A.	2008	Ün
	Maringe, F.	2006	Esnek çalışma fırsatları
	Maringe, F.	2006	İmaj
	Maringe, F.	2006	Yarı zamanlı çalışma olanağı
	Maringe, F.	2006	Sınıf büyüklüğü
	Maringe, F.	2006	Kız-Erkek oranı
	Küster, I., Vila, N.	2006	Öğrenci sayısı
	Gatfield, T., Barker, M., Graham, P.	1999	Ün

EK B.1 : Anket Çalışması

Bu anket İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği yüksek lisans öğrencisi Hatice ERCAN'ın tez çalışması için yapılmaktadır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda Türkiye'deki üniversitelerin konumlandırılması için gerekli kriterler ve Türkiye'deki sayılı beş üniversitenin konumlandırılması için yapılan bir çalışmadır.

Araştırma bilimsel bir nitelik taşıdığından derlenen kişi bilgileri gizli tutulacaktır.

Sorulara nesnel ve samimi cevaplar vereceğinize inanıyorum. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Lütfen soruları tam olarak okuduktan sonra kendinize en uygun olan cevabı işaretleyiniz.

Örnek:

Hayalimdeki Üniversite

Sorular	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**
Bu üniversitede park alanı sorunu yoktur.			√		√	
Üniversitenin coğrafi çevresi güzeldir.			√	√	√	
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği eğitim-öğretimi etkindir.	√		√	√		
Bu üniversitenin genel olanaklar sunması iyidir.	√	√	√			

Yukarıda cevaplanan örnek anket için açıklama:
Hayalimdeki üniversitede park sorunu olması çok da önemli değil. Bunun yanında B ve D üniversitesinde park sorunu yaşanmazken, A, C ve E üniversitelerinde park etmek sorunludur.
Hayalimdeki üniversitenin coğrafi çevresinin güzel olmasına gerek yoktur. B, C ve D üniversitelerinin coğrafi çevresi güzeldir.
Hayalimdeki üniversitede endüstri mühendisliği eğitimi etkin bir şekilde verilir, ayrıca B ve C üniversitelerinin eğitim öğretimi etkindir.
Hayalimdeki üniversite iyi bir şekilde genel olanak sunar, A ve B üniversiteleri de genel olanak sunmaları yönüyle iyidir.

Cinsiyetiniz **:** Bay ☐ Bayan ☐

Yaşadığınız Şehir **:** İstanbul ☐ Ankara ☐ İzmir ☐

Diğer : ☐

Eğitim Durumu **:** Lise ☐ Üniversite ☐ Mezun ☐

Eğitim Durumunuz "Üniversite" ise;

Endüstri Mühendisliğinde…… **:** Okuyor ☐ Okumuyor ☐

Eğitim Durumunuz "Lise" ise;

Endüstri Mühendisliğini tercih etmeyi…… **:** Düşünüyorum ☐ Düşünmüyorum ☐

Sınıfınız 1. Sınıf ☐ 2. Sınıf ☐

3. Sınıf ☐ 4. Sınıf ☐

Sorular	HAYALİMDEKİ ÜNİVERSİTE	BİLKENT	BOĞAZİÇİ	İTÜ	ODTÜ	YILDIZ TEKNİK
Bu üniversitenin ünü iyidir.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği eğitim-öğretimi kalitelidir.						
Bu üniversitede eğitim görmek mali açıdan sıkıntı yaratmaz.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliğini aileler tavsiye eder						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliğini arkadaşlar tavsiye eder.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliğinde okuyor/okuyacak olmak motive edicidir.						
Bu üniversitenin bulunduğu şehir motive edicidir.						
Bu üniversitenin şehir içindeki konumu motive edicidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği bölümünün genel olanakları iyidir.						
Bu üniversiteden mezun olan endüstri mühendisinin iş bulabilmesi mümkündür.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği bölümünün akademik kadrosu kalitelidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin ünü iyidir.						
Bu üniversitede endüstri mühendisliği okumak burs olanağı sağlar.						
Bu üniversitedeki harcı düşüktür.						
Bu üniversitede okurken kalacak yer sorunu yaşanmaz.						
Bu üniversitede okuyanlar kendini güvende hisseder.						

Sorular	HAYALİMDEKİ ÜNİVERSİTE	BİLKENT	BOĞAZİÇİ	İTÜ	ODTÜ	YILDIZ TEKNİK
Bu üniversitenin kütüphane olanakları iyidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğindeki öğretim üyeleri ile ilişkiler iyidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği mezunlarının kariyeri iyidir.						
Bu üniversitedeki olanaklar ulaşılabilir ve moderndir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinde yapılan araştırmalar iyidir.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği eğitim-öğretimi etkindir.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği kadrosu işinde uzmandır.						
Bu üniversitenin kampüs hayatı güzeldir.						
Bu üniversitenin bilgisayar olanakları iyidir.						
Bu üniversitede akademik gelişim için olanaklar mevcuttur.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinde adil notlandırma vardır.						
Bu üniversitedeki kültürel olanaklar iyidir.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği bölümünün ders içerikleri iyidir.						
Bu üniversitenin bulunduğu şehirdeki sosyal hayat iyidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği öğretim üyelerinin akademik danışmanlık iyidir.						
Bu üniversitedeki spor aktiviteleri iyidir.						

Sorular	HAYALİMDEKİ ÜNİVERSİTE	BİLKENT	BOĞAZİÇİ	İTÜ	ODTÜ	YILDIZ TEKNİK
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği bölümü öğrenci odaklı eğitim verir.						
Bu üniversitedeki endüstri mühendisliği bölümünde üniversite ile sanayi işbirliği vardır.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinde çalışılan alanlar güzeldir.						
Bu üniversite yaşam tarzıma uygundur.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinde okuyanlar için insanlar başarılı derler.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin köklüdür.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin dünyadaki sırası iyidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinden mezun olanların maaşı iyidir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinde okurken barınma maliyeti düşüktür.						
Bu üniversiteye ulaşım olanakları uygundur.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin ders çeşitliliği vardır.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği bölümünün mühendislik odalarıyla bağlantısı vardır.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği kadrosu ünlüdür.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinden mezun olanlar yurt dışında çalışabilir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği mezunları üniversite ve bölümden memnundurlar.						
Bu üniversitenin sağlık olanakları mevcuttur ve iyidir.						

Sorular	HAYALİMDEKİ ÜNİVERSİTE	BİLKENT	BOĞAZİÇİ	İTÜ	ODTÜ	YILDIZ TEKNİK
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği programı esnektir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin verdiği yabancı dil eğitimi iyidir.						
Bu üniversitenin kalitesi iyidir.						
Bu üniversite büyüktür.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinden mezun olanlar kolayca iş bulur.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliği uluslar arası kabule sahiptir.						
Bu üniversitenin endüstri mühendisliğinin Türkiye'deki sırası iyidir.						

EK C.1 :

Çizelge C.1: Uygunluk analizindeki numaralandırmalar.

1	Üniversitenin ünü	27	Kültürel olanaklar
2	Eğitim öğretim kalitesi	28	Ders içerikleri
3	Eğitim maliyeti	29	Şehir sosyal hayatı
4	Aile tavsiyesi	30	Danışmanlık
5	Arkadaş tavsiyesi	31	Spor olanakları
6	Motive edicilik	32	Öğrenci odaklılık
7	Şehir	33	EM Branşları
8	Şehir lokasyonu	34	Üniversite- sanayi işbirliği
9	Genel olanaklar	35	Çevrenin etkisi
10	İş bulabilme	36	Köklü endüstri mühendisliği
11	Öğretim üyesi kalitesi	37	Dünya sıralaması
12	Endüstri mühendisliği ünü	38	Mezun maaşı
13	Burs	39	Barınma maliyeti
14	Düşük harç	40	Ulaşım imkanı
15	Barınma	41	Ders çeşitliliği
16	Kütüphane	42	Odalarla bağlantı
17	Öğretim üyesi ilişkileri	43	Öğretim üyelerinin ünü
18	Kariyer	44	Yurtdışında çalışma
19	Olanakların modernliği	45	Mezun memnuniyeti
20	İyi araştırmalar	46	Sağlık olanakları
21	Eğitim-öğretim etkinliği	47	Program esnekliği
22	Uzman kadro	48	Yabancı dil
23	Kampüs hayatı	49	Üniversite kalitesi
24	Bilgisayar olanakları	50	Uluslar arası kabul
25	Akademik olanaklar	51	Türkiye sırası
26	Adil not		

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Hatice ERCAN

Doğum Yeri ve Tarihi: Kahramanmaraş, 02.03.1985

Adres: Hürriyet Mah. Hürriyet Cad. Ergelen Apt. 43/7 Bahçelievler/İstanbul

Lisans Üniversite: İstanbul Teknik Üniversitesi

TEZDEN TÜRETİLEN YAYIN/SUNUMLAR

Ercan, H., (2010). Endüstri mühendisliği ders programının iyileştirilmesi. YAEM 'Yöneylem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği 30. Ulusal Kongresi', Temmuz 2010, İstanbul.