



Institutional images of college of physical education and sports as perceived by students¹

Öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kurumsal imajı

Turgay Cankurtaran²
Öğuz Özbek³

Abstract

The purpose of this study is to identify the institutional image of physical education and sports schools as perceived by students. The study is a descriptive one. Data were captured by survey questionnaires. The population of the study consists of Physical Education and Sports Colleges students in Ankara. The survey instrument was administered to a total of 626 participants. Data on sex were analyzed by unpaired t-test, and data on class and school status by one-way analysis of variance. LSD Tests were applied in the post-hoc analysis to identify the sources of significant differences. According to the perceptions of students, the School (A) has a better institutional image than the school (B) and the School (B) has a better institutional image than the School (C). The level of institutional image was high in both the School (A) and the School (B), whereas it was medium in the School (C).

Keywords: Institutional image, physical education and sports colleges, student perception.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

Özet

Bu çalışmanın amacı, öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kurumsal imaj düzeyini belirlemektir. Araştırma, var olan durumu ortaya koyan tarama türü bir çalışmadır. Verilerin elde edilmesinde hazırlanan ölçme aracı kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, Ankara'da bulunan Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinden oluşmaktadır. Ölçme aracı toplam 626 kişiye uygulanmıştır. Cinsiyete ilişkin veriler, ilişkisiz t testi ile sınıf ve okul durumuna ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda, anlamlı bulunan farklılığın kaynağını belirlemek için LSD Testi uygulanmıştır. Öğrenci algılarına göre, (A) okulu, (B) okuluna, (B) okulu da (C) okuluna göre daha iyi bir kurumsal imaja sahiptir. (A) ve (B) okullarında çok, (C) okulunda ise orta düzeyde kurumsal imaj olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal imaj, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Öğrenci algısı.

¹ Bu çalışma 12. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresinde (2012) poster bildiri olarak sunulmuştur.

²Ankara University Faculty of Sports Sciences, turgay.cankurtaran@hotmail.com

³Assoc. Prof. Dr., Ankara University Faculty of Sports Sciences, Department of Sports Management Sciences. oozbek@sports.ankara.edu.tr

Giriş

Yükseköğretim kurumlarında araştırma ve meslek kazandırmaya yönelik eğitim faaliyetleri gerçekleştirilir. Bu faaliyetler fiziki ve akademik ortamda gerçekleştirilir. Beden eğitimi ve spor yüksekokulları, beden eğitimi ve spor öğretmeni, antrenör ve spor yöneticisi yetiştiren yükseköğretim kurumlarıdır. Beden eğitimi ve spor yüksekokulları öğrencilerini özel yetenek sınavları ile belirlemektedir. Özel yetenek sınavlarına, aday öğrenciler okula doğrudan kendileri başvuru yapmaktadırlar. Dolayısıyla öğrenim görmek istedikleri okulu gözlemlerine dayanarak tanıma olanağına sahiptirler. Beden eğitimi ve spor yüksekokullarına başvuran aday sayısını belirleyen etkenler, en başta okulların özel yetenek giriş sınavlarında belirledikleri Yükseköğretime Giriş Sınavı (YGS) taban puanı, okulun ulaşım olanakları, bina ve tesislerin fiziki şartları ve eğitim-öğretim kalitesidir. Bu okullara başvuran öğrencilerin okullara ilişkin kurumsal imaj algısı okul tercihlerinde etkili olmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin okullara ilişkin kurumsal imaj algısını incelenmesi önemlidir.

İmaj “bir varlığın insan zihninde oluşturduğu izlenim ve yaptığı etki” olarak tanımlanmaktadır (Gemlik ve Sığırı 2007). Başka bir tanıma göre imaj “bir kişi ya da kurumun, diğer bir kişi ya da kurumların zihninde isteyerek ya da istemeyerek bırakmış olduğu, sunulan hizmetle ilgili personel, kullanılan araç gereçler ve çevresi hakkında fikirler, anlayış ve değerlerdir” (Gümüş 1997). Kurumsal imaj ise “kamuoyunun bir kurum hakkında sahip olduğu anlık zihinsel bir resim olarak değerlendirilmektedir” (Taslak ve Akın, 2005). Kurumsal imaj, kuruluşlar hakkında hem kendi çalışanlarının, hem de kamuoyunun ve kurumdan hizmet alan kişilerin bir fikir sahibi olmasını sağlar (Bakan, 2004). Kurumsal imaj, bireyin belli bir zaman sonundaki kurum hakkındaki algısıdır (Kazaules ve ark., 2001). Kurumsal imaj, yalnızca müşterilerin tercihini ve davranışlarını etkilemez. Çalışanların davranışlarını ve motivasyonunu da etkiler. Çalışanların kurum imaj algıları, kurumun kendi beklentilerini karşılaması ve kurumun topluma yansıyan etkisinden oluşur. Çalışanların kurumlarını olumlu algılamaları, kurumlarını benimseyerek işdoymu ve iş verimlerinin artmasını sağlar (Küçük, 2005). Müşterilerin kurumsal imaj algılarına göre kurumsal imajın saptanması çalışanların motivasyonlarını olum etkiler (Bal, 2012). Kurum imajı, kurumun çekici hale gelerek işgücü tercihini de etkiler. Kurumlar nitelikli istihdam için olumlu bir imaj oluşturma yoluna hızla yönelmektedir (Lemmink ve ark., 2003).

Üniversitenin kurumsal imajını oluşturmak için pazarlama ve halkla ilişkilerden yararlanmak mümkündür. Üniversitenin birincil hedefi olumlu bir imaj oluşturarak tercih eden ve kayıt yaptıran öğrenci sayısını artırmaktır. Olumlu imaj geliştirmek için iç ve dış iletişimi geliştirmeye yönelik olarak, üniversitenin Web sayfasını geliştirmek, yıldönümü kutlamaları yapmak, burs olanaklarını

artırmak gibi faaliyetler yapılabilir (Amiso, 2000). Öğrenci bağlılığı ve memnuniyeti, yükseköğretim kurumlarının imajı açısından önemlidir (Brown ve Mazzarol, 2009). Arpan ve arkadaşlarının (2003) yaptığı araştırmaya göre, öğrencilerin üniversitelerin imaj değerlendirmelerini yaparken isim bilinirliği, kalite, spor, sosyal imkânlar ve fiziksel çevre gibi birçok etkeni dikkate aldıkları saptanmıştır. Yugo ve Reeve (2007)'e göre üniversitenin eğitimsel imajını oluşturan beş faktör; programın tanınmışlığı, diploma dereceleri, toplumda bilinirlik ve program dışı fırsatlar okul seçiminde önemli rol oynamaktadır. Ebeveynler çocuklarını göndereceği üniversiteyi seçerken, üniversitenin algılanan imajı ve diğer üniversiteler arasındaki tanınmışlığı ön plana çıkmaktadır (Landrum ve ark., 1999). Öğrencilerin üniversiteleri tercih etmesinde üniversitenin kurumsal imajı önemli bir etkidir (Ivy, 2001; Saracel ve ark., 2001). Yükseköğretim kurumlarının imajı, öğrenci memnuniyeti ve bağlılığını etkilemektedir. Kurum imajı ve kurumun tanınmışlığı öğrencilerin lisansüstü çalışmalar için o okulu tercih etme kararlarını da etkiler (Ngueyen ve LeBlanc, 2001). Kurumsal imaj öğrencileri çekmek ve elde tutmak için önemlidir (Alves ve Raposo, 2010).

Öğrenci algılarına göre yükseköğretim kurumlarında kurumsal imajı ele alan çalışmaların sayısı son yıllarda artmıştır. Örer'in (2006) yaptığı çalışma sonuçlarına göre öğrencilerin, kurumsal imaj, hizmetler ve öğretim elemanları ile iletişim boyutunda olumlu algıya sahip olduğu, sosyo-kültürel etkinlikler ve üniversitenin kendisini çevresine tanıtımında ise olumsuz algıya sahip olduğu saptanmıştır. Cerit'in (2006) çalışmasında ise öğrencilerin üniversitelerinin kurumsal imajına ilişkin algılarının bölümlere göre farklılık gösterdiği, ancak cinsiyete göre göstermediği saptanmıştır. Akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre boyutlarında sınıf değişkenine göre fark bulunmuş, ancak toplumsal algı boyutunda fark bulunmamıştır. Polat (2010), üniversite öğrencilerinin görüşlerine göre Kocaeli Üniversitesi'nin Örgütsel İmajını incelemiştir. Araştırma sonucuna göre Kocaeli Üniversitesinin örgütsel imajının orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Öğrenciler, örgütsel imajın alt boyutlarından genel görünüm ve altyapı imajını, sosyal ortam imajını, program imajı ile eğlence imajını orta düzeyde, spor imajını ve barınma-beslenme imajını ise düşük düzeyde algılamıştır. Üniversitenin imajını, kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha iyi bulmaktadır. Polat (2011) diğer çalışmasında, üniversitelerin örgütsel imaj algıları ile öğrencilerin akademik başarıları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin üniversitelere ilişkin imaj algıları ile akademik başarıları arasında orta düzeyde olumlu bir ilişki bulunmuştur. Üniversiteye ilişkin imaj algısı artarken, öğrencilerin akademik başarılarının da arttığı saptanmıştır (Polat, 2011).

Özel ve kamu kurumlarının kurumsal imajlarını karşılaştıran çalışmalarda özel kurumların kurumsal imajlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Örneğin Çınaroğlu ve Şahin'in (2013) çalışmasında, özel hastanelerin kurumsal imajlarının kamu hastanelerinin kurumsal imajlarından daha yüksek algılandığı saptanmıştır. Şişli'nin (2012) araştırmasında, üniversite öğrencilerinin

kurumsal imaj ve kurum kültürü algılarının okudukları üniversitenin kamu ya da özel olmasına göre farklı olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre, vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin devlet üniversitelerindeki öğrencilere göre, üniversitelerine yönelik gerek kurum kültürü gerekse kurumsal imaj algılarının anlamlı bir biçimde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Yanık ve Sunay (2010), beden eğitimi ve spor yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin okullarından memnuniyet düzeyini saptayan çalışmada, öğrenciler okul yönetimi ve öğretim elemanları ile yeterince diyalog kuramadıklarını, okullarında yeterince sosyal-kültürel ve sportif faaliyetler yapılmadığını belirtmişlerdir. Beden eğitimi ve spor yüksekokullarının eğitim programları, bina ve spor tesislerinin fiziki durumları, derslikler, kütüphane ve laboratuvarların nicel ve nitel yeterliliği, öğrencilerin okula ulaşım olanakları, öğretim elemanlarının sayısı ve niteliği ve toplumla ilişkileri kurumsal imajlarını etkilemektedir (Yıldız, 2007). Sayıları giderek artan, bir kısmının da adı spor bilimleri fakültesine dönüşen beden eğitimi ve spor yüksekokulları, başarılı sporcuları ve YGS puanı yüksek öğrencileri okullarına çekmek için rekabet halindedir. Öğrencilerin tercih ettikleri bir okul olmak için olumlu bir kurumsal imaja sahip olmak gerekir. Bir okulun kurumsal imaj düzeyinin belirlenmesinde, en başta o okul ile yoğun ilişki içinde olan öğrenci görüşleri ele alınmalıdır (Cerit, 2006). Bu nedenle öğrencilerin okullarının kurumsal imaj algılarını bilmek önemlidir. Bu çalışmanın amacı, öğrenci algılarına göre beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kurumsal imaj düzeyini belirlemektir.

Yöntem

Araştırma, var olan durumu ortaya koyan tarama türü bir çalışmadır. Verilerin elde edilmesinde yazarlar tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, Ankara'da bulunan üç Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu (A, B, C) öğrencilerinden oluşmaktadır. (A) okulunda 360, (B) okulunda 840, (C) okulunda 270 kayıtlı öğrenci bulunmaktadır. Ural ve Kılıç'a (2006) göre 0.05 tolerans gösterilebilir hata için, 270 kişilik evrenden alınacak örneklem sayısının alt sınırı 159 kişi, 360 kişilik evrenden alınacak örneklem sayısı 186 kişi, 840 kişilik evrenden alınacak örneklem sayısı 265 kişi olarak saptanmıştır. Ölçme aracı (A) okulunda 187, (B) okulunda 265, (C) okulunda 174 olmak üzere toplam 626 kişiye uygulanmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak hazırlanan ölçme aracı kullanılmıştır. İlgili literatür incelenerek ölçeğin soru havuzu oluşturulmuştur (Ivy, 2001; Kazoleas ve ark., 2001; Eroğlu ve Erden, 2006; Torlak, 2001; Cerit, 2006; Gürbüz, 2008; Yanık ve Sunay, 2010; Yıldız, 2010). Ölçeğin taslağında kişisel bilgilere ait dört, kurumsal imaja ilişkin 35 madde yer almıştır. Geçerlik ve güvenilirlik analizi sonucu madde sayısı 28'e inmiştir. Ölçekte beşli Likert Tipi derecelendirme ölçeği

kullanılmıştır. Ölçeğin seçenekleri ve bunların puan ve sınırları, Hiç katılmıyorum (1 puan; 1.00-1.79), Az katılıyorum (2 puan; 1.80-2.59), Orta düzeyde katılıyorum (3 puan; 2.60-3.39), Çok katılıyorum (4 puan; 3.40-4.19), Tam katılıyorum (5 puan; 4.20-5.00) olarak belirlenmiştir.

Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışması bu çalışma kapsamında yapılmıştır. Ölçme aracının yapı geçerliği için madde toplam korelasyon analizi ve faktör analizi yapılmıştır. Güvenirlik için alfa katsayısına bakılmıştır. Madde toplam korelasyonu katsayısı .30'un altında kalan maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu durumda dört madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçekte geriye kalan maddelerin madde toplam korelasyon değerleri .30 ile .54 arasında, değişmektedir.

Faktör analizi yapılmadan önce, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı için bakılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri .86 bulunmuştur. Veriler üzerinde faktör analizi yapılabilmesi için KMO değeri en az .60 olmalıdır (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2007). Bu durumda saptanan .706'lık KMO değeri verilerin faktör analizi uygulamaya elverişli göstermiştir. Diğer yandan 35 maddenin faktör analizi için Barlett testi sonucu [14645,049 ($p < 0.001$)] olarak saptanmıştır. KMO ve Barlett testi sonuçlarına göre, bu veriler üzerinde faktör analizi yapılabileceği saptanmıştır. Ölçekte yer alacak maddenin faktör yük değerinin .30 ve daha yukarı olması ölçüt alınmıştır (Büyüköztürk, 2002). Bu durumda üç madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçekte geriye kalan maddelerin, faktör yükleri değeri .33 ile .84 arasında değişmektedir. Faktör analizi sonucu ölçekte üç boyut olduğuna karar verilmiştir. Birinci boyuta akademik çevre, ikinci boyuta fiziksel çevre, üçüncü boyuta toplumsal çevre adı verilmiştir. Açıklanan toplam varyans, birinci boyut için % 15.9, ikinci boyut için % 14.3, üçüncü boyut için % 11.5 bulunmuştur. Ölçeğin bütünü için açıklanan toplam varyans ise % 41.7 bulunmuştur. Ölçekte, akademik çevre boyutunda 14, fiziksel çevre boyutunda 6, toplumsal çevre boyutunda 8 madde olmak üzere toplam 28 madde yer almıştır. Ölçeğin bütünü için hesaplanan Alpha iç tutarlılık katsayısı, .87, akademik çevre boyutu için .80, fiziksel çevre boyutu için .84, toplumsal çevre boyutu için .80 bulunmuştur. Bu durumda ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Cinsiyet değişkenine ilişkin veriler, ilişkisiz t testi ile sınıf ve okul değişkenine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda, manidar bulunan farklılığın kaynağını belirlemek için LSD Testi uygulanmıştır.

Bulgular Ve Yorumlar

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlere göre dağılımı incelendiğinde, katılımcıların 302'sinin kız, 324'ünün erkek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin okul durumları incelendiğinde 187'sinin (%29,9) (A) okulu öğrencisi, 265'inin (%42,3) (B) okulu ve 174'ünün (27,8) (C) okulu öğrencisi olduğu saptanmıştır. Bölüme göre durumları incelendiğinde, 218'inin (%34,8)

Antrenörlük eğitimi, 198'inin (%31,6) Beden eğitimi ve spor öğretmenliği, 155'inin (%24,8) Spor yöneticiliği ve 55'inin (%8,8) Rekreasyon bölümü öğrencisi oldukları belirlenmiştir. Sınıf durumları incelendiğinde 167' sinin (%26,7) 1. Sınıfta, 159'unun (%25,4) 2. sınıfta ve 156'sının (%24,9) 3. sınıfta, 144'ünün (% 23) 4. sınıfta oldukları saptanmıştır.

Çizelge 1'de Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinin okullara göre akademik, fiziksel ve toplumsal çevre boyutlarında yer alan maddelere ilişkin görüşlerinin ortalamaları verilmiştir. Akademik çevre boyutunda, (A) okulu öğrencilerinin, "Okulumda eğitim-öğretimin önemi sürekli vurgulanır" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.88), "Okulumda uluslararası düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir" maddesine en düşük düzeyde (x=2.62) katıldıkları saptanmıştır. (B) okulu öğrencilerinin, "Okulumdaki sosyal faaliyetler yeterlidir" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.65), "Okulumda uluslararası düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir" maddesine en düşük düzeyde (x=3.29) katıldıkları bulunmuştur. (C) okulu öğrencilerinin "Okulumda eğitim-öğretimin önemi sürekli vurgulanır" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.24), "Okulumda bilgisayar, laboratuvar hizmetleri yeterlidir" maddesine en düşük düzeyde (x=2.64) katıldıkları görülmüştür.

Fiziksel çevre boyutunda (A) okulu öğrencilerinin, "Okulumun kapalı spor salonları yeterlidir" maddesine en düşük düzeyde (x=4.67), "Okulumdaki soyunma odaları ve duşlar, temizdir" maddesine en düşük düzeyde (x=3.82) katıldıkları bulunmuştur. (B) okulu öğrencileri, "Okulumun kapalı spor salonları yeterlidir" maddesine en yüksek düzeyde (x=4.02), "Okulumdaki kantin ve kafeterya hizmetleri yeterlidir" maddesine en düşük düzeyde (x=3.84) katılmışlardır. (C) okulu öğrencilerinin "Okulumda temiz bir çevre vardır" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.53), "Okulumun açık spor alanları yeterlidir" maddesine en düşük düzeyde (x=2.62), katıldıkları saptanmıştır.

Toplumsal çevre boyutunda (A) okulu öğrencileri, "Okulumun Gençlik ve Spor Bakanlığı iyi ilişkileri vardır" maddesine en yüksek düzeyde (x=4.16), "Okulum, giriş sınavlarında benzeri okullar arasında çok tercih edilir" maddesine en düşük düzeyde (x=3.43) katılmışlardır. (B) okulu öğrencilerinin, "Okulumun Gençlik ve Spor Bakanlığı iyi ilişkileri vardır" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.94), "Okulumun sporun gelişimine katkısı vardır" maddesine en düşük düzeyde (x=3.37) katıldıkları görülmüştür. (C) okulu öğrencileri "Okulum toplumda tanınmıştır" maddesine en yüksek düzeyde (x=3.47), "Okulumun sporun gelişimine katkısı vardır" maddesine en düşük düzeyde (x=2.93) katılmışlardır.

Çizelge 1. Öğrencilerin Okullara Göre Akademik, Fiziksel ve Toplumsal Çevre Boyutlarında yer Alan Maddelere İlişkin Görüşlerinin Ortalamaları

Boyutlar/Maddeler	Ortalamalar		
	(A) Okulu	(B) Okulu	(C) Okulu
AKADEMİK ÇEVRE			
1.Okulumda istediğim seçmeli dersi alabilirim.	3.09	3.41	2.93
2.Okulumda bilgisayar, laboratuvar hizmetleri yeterlidir.	3.23	3.41	2.64
3.Okulumda kütüphane hizmetleri yeterlidir.	3.62	3.56	2.76
4.Okulumda öğretim elemanları kendini yeniler.	3.73	3.34	2.74
5.Okulum öğrencileri meslek yaşamına hazırlamada yeterlidir.	3.66	3.44	2.79
6.Okulumda eğitim-öğretimin önemi sürekli vurgulanır.	3.88	3.59	3.24
7.Okulumda ulusal düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir.	3.21	3.40	2.63
8.Okulumda uluslararası düzeyde sempozyum ve kongreler düzenlenir.	2.62	3.29	2.73
9.Okulumda başka bölümlerden ders alma olanağı vardır.	3.52	3.38	2.83
10.Okulumdaki öğretim elemanları niteliklidir.	3.55	3.49	2.83
11.Okulumda eğitimin kalitesi yüksektir.	3.85	3.43	3.16
12.Okulumdaki sosyal faaliyetler yeterlidir.	3.55	3.65	2.90
13.Okulumda dile getirilen öğrenci şikâyetleri yönetimce dikkate alınır.	3.14	3.33	2.95
14.Okulumdaki idari personel işini iyi yapar.	3.56	3.47	3.22
FİZİKSEL ÇEVRE			
15.Okulumda temiz bir çevre vardır.	4.18	3.87	3.53
16.Okulumun çevre düzenlemesi güzeldir.	4.38	3.98	3.33
17.Okulumun kapalı spor salonları yeterlidir.	4.67	4.02	2.81
18.Okulumun açık spor alanları yeterlidir.	4.65	4.02	2.62
19.Okulumdaki kantin ve kafeterya hizmetleri yeterlidir.	4.14	3.84	2.75
20.Okulumdaki soyunma odaları ve duşlar, temizdir.	3.82	3.88	2.80
TOPLUMSAL ÇEVRE			
21.Okulumun sporun gelişimine katkısı vardır.	3.61	3.37	2.93
22.Okulumun spor federasyonları ile iyi ilişkileri vardır.	4.15	3.93	3.21
23.Okulumun Gençlik ve Spor Bakanlığı iyi ilişkileri vardır.	4.16	3.94	3.18
24.Okulumun spor kulüpleri iyi ilişkileri vardır.	4.09	3.89	3.16
25.Okulum, giriş sınavlarında benzeri okullar arasında çok tercih edilir.	3.43	3.69	3.25
26.Okulum spor eğitiminde önde gelen bir okuldur.	3.59	3.68	3.30
27.Okulumun ulusal düzeyde ünü vardır.	3.75	3.73	3.01
28.Okulum toplumda tanınmıştır.	4.01	3.65	3.47

Çizelge 2'de görüldüğü gibi, Akademik çevre boyutuna ilişkin puanlar üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür [$F(2, 625)=106.579, p<.05$]. (A) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.45$) düzeyinde, (B) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.45$) düzeyinde, (C) okulu öğrencilerinin cevapları ise ($x=2.86$) düzeyinde gerçekleşmiştir. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, (C) okulu öğrencileri, (A) ve (B) öğrencilerinden farklı düşünmektedir. (A) ve (B) okulu öğrencileri, okullarının akademik çevre düzeyinin, (C) okulu öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Fiziksel çevre boyutuna ilişkin puanlar üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir [$F(2, 625)=175.496, p<.05$]. (A) okulunun öğrencilerinin cevapları ($x=4.31$) düzeyinde, (B) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.94$) düzeyinde, (C) okulu öğrencilerinin cevapları ise ($x=2.97$) düzeyinde gerçekleşmiştir. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, (A), (B) ve (C) okulu öğrencileri farklı düşünülmektedir. (A) ve (B) okulu öğrencileri okullarının fiziksel çevre düzeyini, (C) okulu öğrencilerine göre, (A) okulu öğrencileri de (B) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde algılamıştır.

Toplumsal çevre boyutuna ilişkin puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür [$F(2, 625)=74.871, p<.05$]. (A) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.85$) düzeyinde, (B) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.73$) düzeyinde, (C) okulu öğrencilerinin cevapları ise ($x=3.19$) düzeyinde gerçekleşmiştir. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, (A), (B) ve (C) okulu öğrencileri farklı düşünülmektedir. (A) ve (B) okulu öğrencilerinin, okullarının toplumsal çevre düzeyini, (C) okulu öğrencilerine göre, (A) okulu öğrencilerinin de (B) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde algıladığı gözlenmiştir.

Kurumsal imaja ilişkin puanlar üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür [$F(2, 625)=208.487, p<.05$]. (A) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.75$) düzeyinde, (B) okulu öğrencilerinin cevapları ($x=3.63$) düzeyinde, (C) okulu öğrencilerinin cevapları ise ($x=2.98$) düzeyinde gözlenmiştir. Farklılığı yaratan grubu bulmak için yapılan LSD testi sonucuna göre, (A), (B) ve (C) okulu öğrencileri farklı düşünülmektedir. (A) ve (B) okulu öğrencileri, okullarının kurumsal imaj düzeyinin, (C) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde, (A) okulu öğrencileri de (B) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 2. Öğrencilerin Okullarına Göre Kurumsal İmajGörüşlerinin Ortalama ve Varyans Analizi sonuçları

Boyutlar	Ortalamalar			F	P*	Fark (LSD)
	(A)Okulu	(B)Okulu	(C)Okulu			
Akademik Çevre	3.45	3.45	2.86	106,57	,000*	C<A,B
Fiziksel Çevre	4.31	3.94	2.97	175,49	,000*	C<B<A
Toplumsal Çevre	3.85	3.73	3.19	74,871	,000*	C<B<A
Kurumsal İmaj	3.75	3.63	2.98	208,48	,000*	C<B<A

$N_A=187$ $N_B=265$ $N_C=174$ $N_T=626$ * $P<.05$
Serbestlik derecesi (Gruplar arası =2, Grup içi =623, Toplam=625)

Çizelge 3'te görüldüğü gibi, (A) okulu öğrencilerinin, cinsiyetlerine göre akademik çevre [t(185)=.174, p>.05], fiziksel çevre [t(185)=.174, p>.05], toplumsal çevre [t(185)=.072, p>.05] ve kurumsal imaja [t(185)=.137, p>.05] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan t testi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark bulunmamıştır. (B) okulu öğrencilerinin, cinsiyetlerine göre akademik çevre [t(263)=.134, p>.05], fiziksel çevre [t(263)=.324, p>.05], toplumsal çevre [t(263)=.538, p>.05] ve kurumsal imaja [t(263)=.00, p>.05] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan t testi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark saptanmamıştır. (C)okulu öğrencilerinin, cinsiyetlerine göre akademik çevre [t(172)=.722, p>.05], fiziksel çevre [t(172)=.149, p>.05], toplumsal çevre [t(172)=1.16, p>.05] ve kurumsal imaja [t(185)=.042, p>.05] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan t testi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark elde edilmemiştir.

Çizelge 3. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Kurumsal İmaj Görüşlerine İlişkin t Testi sonuçları

Okul	Boyutlar	N	Cinsiyet	X	S	Sd	t	p
(A) Okulu	Akademik Çevre	85	K	3.44	4.03	185	.174	.862
	Fiziksel Çevre	102	E	3.45	5.41			
	Toplumsal Çevre	85	K	4.30	2.93	185	.072	.943
	Kurumsal İmaj	102	E	4.30	3.00			
	Akademik Çevre	85	K	3.85	3.23	185	.137	.891
	Fiziksel Çevre	102	E	3.83	3.18			
	Toplumsal Çevre	85	K	3.75	6.67	185	.025	.980
	Kurumsal İmaj	102	E	3.75	7.90			
(B) Okulu	Akademik Çevre	132	K	3.45	6.56	263	.134	.894
	Fiziksel Çevre	133	E	3.44	6.59			
	Toplumsal Çevre	132	K	3.95	4.26	263	.324	.746
	Kurumsal İmaj	133	E	3.91	3.93			
	Akademik Çevre	132	K	3.71	4.17	263	.538	.591
	Fiziksel Çevre	133	E	3.75	4.06			
	Toplumsal Çevre	132	K	3.60	10.6	263	.000	.999
	Kurumsal İmaj	133	E	3.60	10.0			
(C) Okulu	Akademik Çevre	85	K	2.82	7.15	172	.722	.471
	Fiziksel Çevre	89	E	2.88	7.47			
	Toplumsal Çevre	85	K	2.96	4.87	172	.149	.882
	Kurumsal İmaj	89	E	2.98	5.76			
	Akademik Çevre	85	K	3.25	5.66	172	1.16	.247
	Fiziksel Çevre	89	E	3.12	5.84			
	Toplumsal Çevre	85	K	2.98	13.8	172	.042	.967
	Kurumsal İmaj	89	E	2.97	15.0			

$N_A=187$ $N_B=265$ $N_C=174$ $N_T=626$ *P<.0

(A) okulu öğrencilerinin, sınıflarına göre akademik çevre [F(3; 186)=.666, p>.05], fiziksel çevre [F(3;186)=.831, p>.05], toplumsal çevre [F(3;186)=.478, p>.05] ve kurumsal imaja [F(3;186)=.990, p>.05] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı

bir fark bulunmamıştır. (B) okulu öğrencilerinin, sınıflarına göre akademik çevre [F(3;186)=.449, $p>.05$], fiziksel çevre [F (3;186)=.249, $p>.05$], toplumsal çevre [F (3; 186)=.785, $p>.05$] ve kurumsal imaja [F (3;186)=.336, $p>.05$] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark saptanmamıştır. (C) okulu öğrencilerinin, sınıflarına göre akademik çevre [F(3;186)=1.16, $p>.05$], fiziksel çevre [F(3;186)=.009, $p>.05$], toplumsal çevre [F(3;186)=.550, $p>.05$] ve kurumsal imaja [F (3; 186)=.649, $p>.05$] ilişkin görüşleri üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda, .05 düzeyinde anlamlı bir fark elde edilmemiştir.

Tartışma Ve Sonuç

Kurumsal imaj, insanların bir kurum hakkında edindikleri bütün inançlar, izlenimler ve düşüncelerdir (Gümüş 1997; Taslak ve Akın, 2005). Öğrencilerin tercih ettikleri bir okul olmak için olumlu bir kurumsal imaj oluşturmak önemlidir (Ivy, 2001; Saracel ve ark., 2001; Alves ve Raposo, 2010). Bu nedenle, bir eğitim kurumunun imaj düzeyinin belirlenmesinde, o kurum ile yoğun ilişki içinde olan öğrencilerin algıları önemlidir (Cerit, 2006). Öğrenci algılarına göre, (A) okulu, (B) okuluna göre, (B) okulu da, (C) okuluna göre daha iyi bir kurumsal imaja sahiptir. Çalışmada, (A) ve (B) okulunda çok, (C) okulunda ise orta düzeyde kurumsal imaj olduğu görülmüştür. Bu sonuç, İbicioğlu (2005), Polat (2010), Cerit (2006) ve Kazoleas ve ark.'nın (2001) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Örer'in (2006) çalışmasında öğrencilerin, kurumsal imaj algısının olumlu olduğu, Torlak'ın (2001) çalışmasında ise, üniversite öğrencilerinin eğitim hizmetlerinin kalitesini algılama düzeyleri büyük ölçüde ortanın altında çıkmıştır.

Çalışmada öğrencilerin cinsiyetlerine göre, akademik çevre, fiziksel çevre, toplumsal çevre boyutlarına ve kurumsal imaja ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Benzer şekilde, Cerit'in (2006) çalışmasında öğrencilerin üniversitelerinin kurumsal imajına ilişkin algılarının cinsiyete göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Başka çalışmalarda ise, erkek ve kız öğrencilerin imaj algıları arasında fark bulunmuştur. Polat'ın, 2010 ve 2011 yıllarında yaptığı iki ayrı çalışmada, kız öğrenciler erkek öğrencilere göre üniversitenin imajını daha iyi bulurken, Şişli'nin (2012) çalışmasında ise, erkek öğrenciler kız öğrencilere göre, üniversitelerinin kurumsal imajını daha iyi düzeyde algılamaktadır. İbicioğlu'nun (2005) çalışmasında ise, erkek öğrenciler kız öğrencilere göre üniversitenin kurumsal imajını daha düşük algılamıştır. Kız ve erkek öğrencilerin görüşleri arasındaki farklılık, yetiştikleri sosyo-kültürel çevrenin etkilerinden kaynaklanmış olabilir. Büyük şehirlerden küçük şehirlerdeki ya da küçük şehirlerden büyük şehirlerdeki üniversitelere gelen öğrencilerin beklentileri farklı olabilmesi, ailelerinin sosyo-kültürel yapısı ve bunun toplumsal cinsiyet rollerine yansımaları, kız ve erkek öğrencilerin beklentilerinin dolayısıyla imaj algılarının farklı olmasına neden olmuş olabilir.

(A) ve (B) okulu öğrencileri, okullarının fiziksel çevre ve toplumsal çevre düzeyinin, (C) okulu öğrencilerine göre, (A) okulu öğrencileri de (B) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmiştir. Arpan ve ark. (2003), üniversitenin fiziksel ve sosyal çevresinin kurumsal imajını saptamada önemli faktörler arasında yer aldığını belirtmektedir. (A) ve (B) okulu öğrencileri, okullarının akademik çevreye düzeyinin, (C) okulu öğrencilerine göre daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin akademik çevre algıları iki okulda aynı iken diğer okulda farklılık göstermektedir. Öğrenci görüşlerine göre, iki okuldaki eğitim öğretimin niteliğinin diğer okula göre daha nitelikli olduğu söylenebilir.

Çalışmada öğrencilerin sınıf değişkenine göre, akademik çevre, fiziksel çevre, toplumsal çevre boyutlarına ve kurumsal imaja ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır. Cerit'in (2006) çalışmasında kurumsal imaj akademik çevre, fiziksel ve sosyal çevre boyutlarında sınıf değişkenine göre fark bulunmuş, ancak toplumsal algılanma boyutunda fark görülmemiştir. Sonuç olarak, yükseköğretim kurumu olan beden eğitimi ve spor yüksekokullarının kurumsal imaj algısı öğrenci tercihlerinde önemlidir. Bu nedenle spor eğitimi veren okulların, öğrencilerin tercih etikleri bir okul olabilmek için iyi bir kurumsal imaj oluşturmaları zorunlu hale gelmiştir. Spor eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının olumlu kurumsal imaj oluşturmaları gerekmektedir. Olumlu kurumsal imaj oluşturmak için okulun fiziksel çevresini geliştirme, çevre düzenlemesi yapma, spor alanlarının sayısını ve niteliğini artırma, spor kulüpleri, federasyonlar ve Gençlik ve Spor Bakanlığı ile iyi ilişkiler geliştirme, öğretim elemanlarının niteliğini artırma, kütüphane ve laboratuvar hizmetlerinin geliştirme, ulusal ve uluslararası düzeyde sempozyum ve kongreler düzenleme ve sosyal faaliyetlerin sayısını ve çeşitliliğini artırma önerilebilir. Gelecekte yapılacak benzer araştırmalarda, spor eğitimi veren okullardaki öğretim elemanlarının, idari personelin, öğrenci velilerinin ve kamuoyunun bu okullara ilişkin kurumsal imaj algıları ele alınabilir

Kaynakça

- Amiso, M.G. (2000). The New Public Relations: Integrating Marketing and Public Relations Strategies for Student Recruitment and Institutional Image Building—A Case Study of the University of Texas at San Antonio. *Journal of Nonprofit ve Public Sector Marketing*, 7(4), 17-31.
- Arpan, L.M., Raney, A.A., ve Zivnuska, S. (2003). A Cognitive Approach to Understanding University Image. *Institutional Communications: An International Journal*, 8 (2), 97-113.
- Alves, H., ve Raposo, M. (2010). “The Influence of University Image on Student Behaviour” *International Journal of Educational Management*, 24 (1), 73-85
- Bakan, Ö. (2004). *Kurumsal İmaj Oluşumunu Etkileyen Faktörler: İletişim Faktörlerinin Rolünü Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bal, M. (2012). Çalışan Personelin Kurumsal İmaj Oluşumuna Etkisi, *Kabramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 219-241.

- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Veri Analizi el Kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Brown, M.R., ve Mazzarol, W.T. (2009). The Importance of Institutional Image to Student Satisfaction and Loyalty Within Higher Education. *Higher Education*, 58, 81-95.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitenin Kurumsal İmaj Düzeyine İlişkin Algıları. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 12 (47), 343-365.
- Çınaroğlu, S., ve Şahin, B. (2013). Özel ve Kamu Hastanelerinin Algılanan Kurumsal İtibar ve İmaj Açısından Karşılaştırılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (18), 283-298.
- Eroğlu E., ve Erden D. (2006). *Okulda Performans Yönetimi Modeli*. Millî Eğitim Bakanlığı Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı: EARGED Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Gemlik, N., ve Sığırı, Ü. (2007). Kurum İmajı Analizi Ve Bir Belediye Üzerindeki Uygulamanın Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 267-282.
- Gümüş, M. (1997). *Yönetimde Başarı İçin Altın Kurallar*. İstanbul: Alfa Basım Yayıncılık.
- Gürbüz, S. (2008). *Yönetici, Öğretmen ve Velilere Göre Ankara İli Özel ve Kamu İlköğretim Okullarının Kurumsal İmajı*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kazoleas, D., Kim, Y., ve Moffitt, M.A. (2001). Institutional Image: A Case Study. *Institutional Communications*, 6 (4), 205-216.
- Küçük, F. (2005). İnsan Kaynakları Açısından Kurumsal İmaj. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2), 247-266.
- Lemmink, J., Schuijf, A., ve Streukens, S. (2003). The role of institutional image and company employment image in explaining application intentions, *Journal of Economic Psychology*, 24, 1-15.
- Landrum, E.R., Turrise, R., ve Harless, C. (1999). University Image: The Benefits of Assessment and Modeling. *Journal of Marketing for Higher Education*, 9(1), 53-68.
- Nguyen, N., ve LeBlanc, G. (2001). Image and Reputation of higher education Institutions In Students' Retention Decisions. *The International Journal of Educational Management*. 15(6), 303-311.
- İbicioğlu, H. (2005). Üniversite Öğrencilerinde Kurumsal İmaj Algılamalarını Etkileyen Faktörlere İlişkin SDÜ. İİBF. Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF. Dergisi*, 10 (2), 59-73.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: a correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15 (6), 276-82.
- Örer, L. (2006). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin Kurumsal İmajının Öğrenciler Açısından Ölçülmesi Üzerine Bir Alan Çalışması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Polat, S. (2010). Üniversite Öğrencilerine Göre Kocaeli Üniversitesi'nin Örgütsel İmajı. *Eğitim ve Bilim*, 36(160), 105-119.
- Polat, S. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Örgütsel İmaj Algıları İle Akademik Başarıları Arasındaki İlişki Düzeyi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(1), 249-262
- Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., ve Vatandaş, C. (2001). *Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin Kurumsal İmajı: Afyon Halkının Üniversiteyi Algılaması Tutum ve Beklentilerine İlişkin Araştırma*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E.S., ve Çinko, M., (2007). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Şişli, G. (2012). Kurum Kültürü ve Kurumsal İmaj İlişkisi Devlet ve Vakıf Üniversiteleri Üzerinde Bir Uygulama "Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Taslak, S., ve Akın, M. (2005) Örgüt İmajı üzerinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bir Araştırma: Yozgat İli Emniyet Müdürlüğü Örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 263-294.

- Torlak, Ö. (2001). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlaması Açısından Üniversite Öğrencilerinin Hizmet Kalitesini Algılamalarının Önemi. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 7 (27), 399-416.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yanık, M., ve Sunay, H. (2010). Beden Eğitimi Ve Spor Yüksekokullarının Kalite Bakımından Öğrenciler Tarafından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 55-69.
- Yıldız, M.S. (2007) Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında Eğitim Hizmetleri Kalitesini Etkileyen Faktörler. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 451-462.
- Yugo, E.J., ve Reeve, L.C. (2007). Understanding Students' University Educational Image and Its Role in College Choice. *Psi Chi Journal of Undergraduate Research*, 12(1), 9-17.

[Extended English Abstract](#)

Education activities for research and providing students with a profession are carried out in higher education institutions. These activities are realized in physical and academic environment. Undergraduate schools for physical education and sports are institutions of higher education that train physical education and sports teachers, trainers, and sports managers. Undergraduate schools for physical education and sports admit their students through special talent examinations. Candidate students directly apply to these special talent examinations in person. Therefore, they have the opportunity to familiarize with the schools in which they wish to be educated based on their observations. The factors that determine the number of candidates that apply to undergraduate schools for physical education and sports are primarily the base scores of Higher Education Entrance Examination, which the schools determine at special talent examinations, the means of access to the school, the physical conditions of buildings and facilities, and the education and training quality. The institutional image perceptions of the students, who apply to these schools, are influential in their school preferences. Therefore, it is important to examine the institutional image perception of students regarding schools. The term image is defined as the impression created and the impact made by anything in the minds of humans. According to another definition, image comprises of the ideas, understanding, and values about the personnel concerning the service provided, tools and equipment used, and the surroundings, which a person or an entity willingly or unwillingly leaves in the minds of other persons or entities. An institution should have a positive image in order to be a school preferred by students. The opinions of the students, who are in an intense relationship with a school should be primarily taken into consideration in determining the institutional image level of that school. Therefore, it is important to know the institutional image perceptions of students about their schools.

The purpose of this study is to identify the institutional image of physical education and sports schools as perceived by students. The study is a descriptive one. Data were captured by survey questionnaires. The population of the study consists of Physical Education and Sports Colleges students. The survey instrument was administered to a total of 626 participants.

The prepared assessment instrument was used as the data collection tool in the survey. The validity and reliability of the scale was measured during this study. The item - total correlation analysis and factor analysis was realized for the structural validity of the assessment instrument. The alpha coefficient was determined for reliability. Five point Likert Type grading scale was used. The scale contained 14 items in the academia dimension, 6 items in the physical environment dimension, and 8 items in the social environment dimension, which altogether constituted a total of 28 items. The Alpha internal consistency coefficient, which was calculated for the reliability of the entire scale was found to be .87, with the academia dimension, the physical dimension, and the social dimension being .80, .84, and .80, respectively. Data on sex were analyzed by unpaired t-test,

and data on class and school status by one-way analysis of variance. LSD Tests were applied in the post-hoc analysis to identify the sources of significant differences.

Institutional image comprises of all the ideas, impressions, and opinions acquired by people about an institution. It is important for an institution to have a positive image in order to be a school preferred by students. Therefore, the perceptions of the students, who are in an intense relationship with an educational institution are critical in determining the institutional image level of that institution. According to the perceptions of students, the School (A) has a better institutional image than the school (B) and the School (B) has a better institutional image than the School (C). The level of institutional image was high in both the School (A) and the School (B), whereas it was medium in the School (C). This conclusion displays a similarity with the research results of İbicioğlu (2005), Polat (2010), Cerit (2006), and Kazoleas et al. (2001). It was determined according to the study realized by Örer (2006) that the institutional image perception of students was positive whereas Torlak (2001) found that the levels of perception of students concerning the quality of education services were below the average level to a large extent. The students of the School (A) and the School (B) stated that the physical and social environment dimensions of their schools were at a higher level than those of the School (C) and the students of the School (A) stated that these dimensions for their schools were at a higher level than those of the School (B). Arpan et al. (2003) stated that the physical and social environment of a university was among the important factors that determine the institutional image of that university. The students of the School (A) and the School (B) stated that the academia dimension of their schools was at a higher level than that of the School (C). While the academia perceptions of students were the same in two of the schools, they were different in the other school. No significant difference was found in the study among the opinions of students concerning the academia, physical environment, and social environment dimensions and the institutional image according to the student grade variable. On the other hand, a significant difference was found in the academia, physical environment, and social environment dimensions according to the student grade variable in Cerit's (2006) study, however, no difference was observed in the social perception level. In conclusion, the institutional image perception of the undergraduate schools for physical education and sports, which is a higher education institution, is important in the preferences of students. Therefore, it has become obligatory for schools, which provide sports education, to create a good institutional image in order to become a school that is preferred by students. Higher education institutions that provide sports education should establish a positive institutional image.