

SPOR BİLİMLERİ ÖĞRENCİLERİNDE ÖRGÜTSEL İMAJ ALGISI

Yazarlar

Aynur CANAYDIN
Dr. Çisem ÜNLÜ

© Copyright 2020

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

* Bu kitap "Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Üniversitelerinin Örgütsel İmajına İlişkin Algıları" isimli tezden üretilmiştir.

ISBN

978-625-7795-00-5

Kitap Adı

Spor Bilimleri Öğrencilerinde Örgütsel İmaj Algısı

Yazar

Aynur CANAYDIN
Dr. Çisem ÜNLÜ

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Sonçağ Matbaacılık

Bisac Code

SPO000000

DOI

10.37609/akya.366

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Yüksek lisans sürecimde tez danışmanlığımı üstlenerek, bilgi ve deneyimlerinden faydalanmamı sağlayan, tezimin her aşamasında görüş ve önerilerini esirgemeyen hocam Dr. Öğr. Üyesi Çisem ÜNLÜ'ye teşekkür ederim. Çalışma konusunun şekillenmesinde destek ve önerilerini esirgemeyen Prof. Dr. Faruk YAMANER'e, Öğr. Gör. Dr. Gamze DERYAHANOĞLU, Öğr. Gör. Gül YAĞAR, Arş. Gör. Hilal UZUNLAR'a ve çalışma süresince yanımda olan arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans tezimin uygulamasını yaptığım Hitit Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi kıymetli öğrencilerine teşekkür ederim.

Desteklerini esirgemeyen eşim İsmail CANAYDIN'a, kızım Aydan CANAYDIN'a teşekkürü borç bilirim.



KISALTMALAR VE SEMBOLLER

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı
TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu



İÇİNDEKİLER

Önsöz.....	iii
Kısaltmalar ve Semboller	v

BÖLÜM 1

GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı	3
1.2 Problemler	3
1.3. Hipotezler	4
1.4. Sınırlılıklar.....	5
1.5. Sayıltılar.....	5

BÖLÜM 2

GENEL BİLGİLER.....	7
2.1. İmaj Kavramı ve Olgusal Temelleri	7
2.1.1. İmaj kavramı.....	7
2.1.2. İmajın öğeleri.....	8
2.1.3. İmajın fonksiyonları	9
2.1.4. İmajın türleri.....	10
2.1.4.1. Kişisel imaj.....	10
2.1.4.2. Ürün imajı	10

2.1.4.3. Marka imajı	11
2.1.4.4. Örgütün kendi algıladığı imaj.....	11
2.1.4.5. Yabancı imaj	12
2.1.4.6. Transfer imaj	12
2.1.4.7. Mevcut imaj.....	13
2.1.4.8. İstenilen imaj	13
2.1.4.9. Pozitif/Olumlu imaj	13
2.1.4.10. Negatif/Olumsuz imaj	13
2.1.4.11. Şemsiye imaj	14
2.2. Örgüt Kavramı	14
2.2.1. Örgütlerin yapısı.....	15
2.2.2. Örgüt türleri	18
2.3. Örgütsel İmaj	20
2.3.1. Örgütsel imaj kavramı	20
2.3.2. Örgütsel imajın tarihi ve gelişimi	20
2.3.3. Örgütsel imajın amaçları	21
2.3.4. Örgütsel imajı etkileyen faktörler.....	22
2.3.5. Örgütsel imajı oluşturan unsurlar	23
2.3.5.1. Ürün.....	23
2.3.5.2. Örgütsel görünüm.....	25
2.3.5.3. Örgütsel kültür.....	26
2.3.5.4. Örgütsel iklim.....	27
2.3.5.5. Örgütsel iletişim	28
2.3.5.6. Sosyal sorumluluk	29
2.4. Örgütsel İmajın Önemi	31
2.5. Örgütlerde Amaç ve İmaj İlişkisi.....	32
2.6. Örgütsel İmaj ve Örgütsel Öğelerin İlişkisi.....	34

2.6.1. Örgütsel imaj ve örgütsel kimlik ilişkisi.....	34
2.6.2. Örgütsel imaj ve örgütsel kültür ilişkisi	34
2.6.3. Örgütsel imaj ve örgüt felsefesi ilişkisi	35
2.6.3.1. Örgütsel davranış.....	37
2.6.3.2. Örgütsel dizayn.....	37
2.6.3.3. Örgütsel iletişim	37
2.7. Örgütsel İmaj Yönetimi	38
2.7.1. Örgütsel imaj yönetimi kavramı ve önemi	38
2.7.2. Örgütsel imaj yönetiminin kazandırdıkları....	39

BÖLÜM 3

MATERYAL VE YÖNTEM.....	41
3.1. Araştırma Modeli.....	41
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	41
3.3. Veri Toplama Araçları.....	42
3.3.1. Örgütsel imaj ölçeği	42
3.4. İstatistiksel Yöntem	43
BULGULAR.....	45
TARTIŞMA.....	57
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	63
KAYNAKLAR.....	65



KAYNAKLAR

- Aaker, D., ve Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Akay, R. A. (2005). Kurumsal imaj yönetimi ve TBMM’ de yeni iletişim konsepti (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Aksoy, R., Bayramoğlu V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri: tüketici değerlemeleri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(7), 87.
- Altıntaş, E. (2005). Kurumsal itibar ve Anadolu Üniversitesi İ.B.F. Örneği (Yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Aytaç, Ö. (2004). Örgütler: sosyolojik bir perspektif. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 189–217.
- Bakan, Ö. (2004). Kurumsal imaj oluşumunu etkileyen faktörler: iletişim faktörlerinin rolünü belirlemeye yönelik ampirik bir çalışma (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Barich, H., ve Kotler, P. (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94-104.
- Başaran, İ. E. (2000). Yönetim, Ankara: Feryal Matbaası.
- Bayramoğlu, V. (2007). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri: Zonguldak Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Zonguldak.
- Bektaş, F. (2010). Örgütsel imaj ve örgüt kültürü: öğretmen adayı örneklemine nedensel bir araştırma. eğitim ve insani bilimler dergisi / teori ve uygulama. *Cilt (Vol): 1 Sayı (No): Yaz (Summer)*, 5-18.
- Bernstein, D. (1993). *Company image & reality: A critique of corporate communications*. Cassell Educational, London, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

- Biber, A. (1998). Örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi sürecinde imajın rolü ve önemi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Biber, A. (2004). Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve. (1. Baskı). Ankara: Vadi Yayınları.
- Biçer, E. B. (2006). Toplam kalite yönetiminin kurumsal imaj üzerine etkileri ve bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sivas.
- Bolat, O. İ. (2006). Konaklama işgörenlerden yansıyan kurumsal imajın analizi ve bir uygulama (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.
- Cable, D. M., & Graham, M. E. (2000). The determinants of job seekers' reputation perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8), 929-947.
- Cerit, Y. (2006). Eğitim fakültesi öğrencilerinin üniversitenin örgütsel imaj düzeyine ilişkin algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 12(47), 343-365.
- Çakmak, H. (2008). Kurumsal imajın çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya.
- Çetiner, N. (2016). Üniversitelerde Kurumsal İmaj Oluşumu: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nin Kurumsal İmajının Öğrenciler Açısından İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Çorakçı, A. Ö. (2007). İnsan aynakları yönetiminde eğitimin kurum imajının sürekliliğinin sağlanmasındaki rolü ve bir uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Davies, G., & Chun, R. (2002). Gaps between the internal and external perceptions of the corporate brand. *Corporate Reputation Review*, 5(2/3), 144-158.
- Davies, G., & Chun, R. (2012). Employee as symbol: stereotypical age effects on corporate brand associations. *European Journal of Marketing*, 46(5), 663-683.
- Demir, H., Songür, N. (1999). Sosyal sorumluluk ve iş ahlakı. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(3).
- Demirtaş, M. (2010). Örgütsel iletişimin verimlilik ve etkinliğinde yararlanılan iletişim araçları ve halkla ilişkiler filmleri örneği. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 28(1), 411-444.
- Dinçer, Ö. (1998). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, (5. Baskı), İstanbul: Beta Yayınları.

- Dutton, J. E. & Dukerich, J.M. (1991). Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. *The Academy of Management Journal*, 24(3), 517-554.
- Efil, İ. (2010). *İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Erdoğan, B. Z., Develioğlu, Kazım, Gönüllüolu, S. ve Özkaya, H. (2006). Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi SBE Dergisi*, Sayı 15.
- Eroğlu, K. (2011). Örgütsel iletişim ile iş tatmini unsurları arasındaki ilişkiler: kuramsal bir inceleme. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 121-136.
- Ertekin, Y. (1978). Örgüt iklimi. *Amme İdaresi Dergisi*, 11(2), 16-35.
- Gemlik, N. ve Sıgı Ü. (2007). Kurum imajı analizi ve bir belediye üzerindeki uygulamanın değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 269-270.
- Giogia, Dennis A., Schultz M., Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image and adaptive instability”, *Academy of Management Review*, 25(1), 63-81.
- Glatte, R., Hirsch, D. ve Watson, S. (2004). School choice and diversity international perspectives a decade on. *International Studies of Educational Administration*, 32 (1), 50-71.
- Gökel, A. B. ve Yurdakul, N. B.(2010). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Gürkan, Z. (2008), Konaklama sektöründe kurumsal imajın önemi ve tüketici tercihlerine etkileri (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya,
- Güzelcik, E. (1999), *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, İstanbul:Sistem Yayıncılık.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-365.
- Ishaq, M. I., Mazhar, H., Bhutta, A. A. H., Rizwan, Q. D., & Nazia, M. H. (2014). Role of corporate image, product quality and customer value in customer loyalty: Intervening effect of customer satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(4), 89-97.
- İbicioğlu, H. ve Avcı, U. (2003), Turizm işletmelerinde kurumsal imajı oluşturan faktörlere ve kurumsal iletişimin rolüne yönelik inceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(2), 23-41.
- İbicioğlu, H. (2005) Üniversite öğrencilerinde kurumsal imaj algılarını etkileyen faktörlere ilişkin SDÜ. İİBF. öğrencilerine yönelik bir

- araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2), 59-73.
- Kazoleas, D., Kim Y. & Moffitt, M.A. (2001). Institutional image: a case study., *Corporate Communications*, 6(4), 205-216.
- Katz, D. & Kahn, R. L. (1977) Örgütlerin Toplumsal Psikolojisi, (The social psychology of organizations) (Çeviren: Halil Can, Yavuz Bayar). Ankara: TODAİE No:167
- Ker Dinçer, M. (2001). Kişisel İmaj, (3. Baskı), İstanbul:Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Koçel, T. (2003). İşletme Yöneticiliği, İstanbul:Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 4(4), 48-64.
- Leblebici, D. N. (2008). Örgüt kuramının temelleri. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 9(1), 111-129.
- Lemmink, J., Schuijff, A., & Streukens, S. (2003). The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. *Journal of Economic Psychology*, 24, 1-15.
- Melewar, T.C., & Akel, S. (2005).The role of corporate identity in the higher education sector. A case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(1), 41-57.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (1998). The mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigation in financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 16(2), 52-65.
- Okay, A. (2005). Kurum Kimliği, (6. Baskı), İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Ovalıoğlu, N. (2007). Kurumlarda kimlik ve imaj değişimi süreci: Arçelik Firması Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Özdemirci, A. (2004). Popüler kültür, tüketim psikolojisi ve imaj yönetimi: Türkiye (1950-1980) (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Özgener, Ş. (2009). İş Ahlakının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım, (2.Baskı) Ankara:Nobel Yayın Dağıtım.
- Özüpek, M. N. (2005). Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk, (1.Baskı), Konya: Tablet Kitabevi.
- Peltekoğlu, F. B. (2007). İmajın Çekiciliği mi, Sokrates'in İtibarı mı? Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınevi, Ed.Metin Işık.
- Pfeffer, J. (1977). The ambiguity of leadership. *Academy of Management Review*, 2, 104-112.

- Polat, S. (2011). The relationship between university students' academic achievement and perceived organizational image. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 111, 257-262.
- Polat, S. (2009), "Yükseköğretim Örgütlerinde Örgütsel İmaj Yönetimi: Örgütsel İmajın Öncülleri Ve Çıktıları", 1. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi, (1-3 Mayıs 2009), Çanakkale, ss.7-9.
- Saydam, S. (2018). Yükseköğretimde örgütsel imaj ve aidiyetin, mesleki sonuç beklentisi ve öğrenci sadakatini yordaması (Master's thesis, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı).
- Schein, E. H. (1978). *Örgüt Psikolojisi*, (Çev. M. Tosun), Ankara:TO-DAİE Yayınlar.
- Schultz, P. W., & Tabanico, J. (2007). Self, identity, and the natural environment: exploring implicit connections with nature 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(6), 1219-1247.
- Sisli, G., Kose, S. (2013). Kurum kültürü ve kurumsal imaj ilişkisi: Devlete ve vakıf üniversiteleri üzerine bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 41, 165-193.
- Sucu, Y. (2001). Stratejik Yönetim, Yaşar Sucu Bilgi Sitesi, <http://yasarsucu.net/?p=775> (Erişim:01.10.2019)
- Şanlı, Ö. ve Arabacı, İ. B. (2017). Liselerde görev yapan öğretmenlerin örgütsel imaj algılarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 642-661.
- Şimşek, M. Ş. (2010). Yönetim ve Organizasyon, (12.Baskı), Konya:Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Taslak, S., ve Akın, M. (2005). Örgüt imajı üzerinde etkili olan faktörlere yönelik bir araştırma: Yozgat ili emniyet müdürlüğü örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 263-294.
- Tenekecioğlu, B. (1977). İşletmelerin sosyal sorumlulukları. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 13(2), 46-62.
- Terkla, D. G. & Pagano, M. F. (1993). Understanding institutional image. *Research in Higher Education*, 34, 11-22.
- Tolungüç, A. (2000). Turizmde Tanıtım ve Reklam. Ankara:Mediacat Kitapları.
- Tosun, N. B. (2003). Kurumsal iletişim sürecinde reklamın ve imaj yönetiminin bütünleşik konumu, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(1), 174-181.
- Traverso, J., Roman, M., & Gonzalez, R. (2012). Construction of the image of the university: a major stakeholder approach: the students. *Higher Education Review*, 44(2), 43-62.

- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1996). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40, 658-672.
- Tutar, Ö. (2007). Türkiye'nin kamu istihdam kurumu olarak Türkiye İş Kurumunun toplumdaki imaj tespiti ve imaj geliştirme üzerine bir çalışma (Uzmanlık Tezi). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Türk, M. S., Akçay H. (2010), Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler faaliyetlerinin kurum imajına etkisi üzerine bir çalışma: Trabzon Belediyesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 31, ss.150.
- Uğurlu, T., Ceylan, N. (2013). Öğretmenlerin okullarına ilişkin örgütsel İmaj algılarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 32(2), 301-322.
- Varol, M. (1989). Örgüt Kültürü Ve Örgüt İklimi. *Ankara Üniversitesi S.B.F Dergisi*, 44(1-2), 1989, 195-222.
- Williams, S. L., & Moffitt, M. A. (1997). Corporate image as an impression formation process: prioritizing personal, organizational, and environmental audience factors. *Journal of Public Relations Research*, 9(4), 237-258.
- Yalçınkaya, M. (2002). Açık sistem teorisi ve okula uygulanması, *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 103-116.
- Yaşar, Ö. (2005). Örgütsel güvenin örgüt iklimine etkisi; Gaziantep sanayi işletmelerinde bir uygulama (Yüksek Lisans Tezi). *Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Gaziantep.