



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI
YENİ ÖĞRENCİ ANKETİ ANALİZ RAPORU

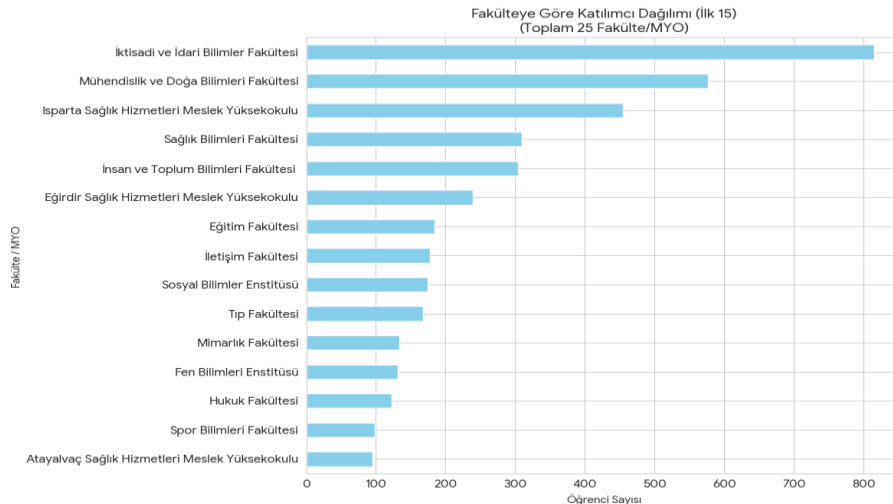
Bu rapor, Süleyman Demirel Üniversitesi'ne 2025-2026 eğitim-öğretim döneminde yeni kayıtlanan 4315 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen Yeni Öğrenci Anketi'nin analiz sonuçlarını sunmaktadır.

1. Katılımcı Profili ve Demografik Dağılım

1.1. Fakülte Dağılımı: Ankete, Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesindeki çeşitli akademik birimlerden öğrenciler katılmıştır. Katılımın en yüksek olduğu ilk beş birim aşağıda verilmiştir:

- **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi:** 815 öğrenci
- **Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi:** 577 öğrenci
- **İsparta Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu:** 454 öğrenci
- **Sağlık Bilimleri Fakültesi:** 309 öğrenci
- **İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi:** 304 öğrenci

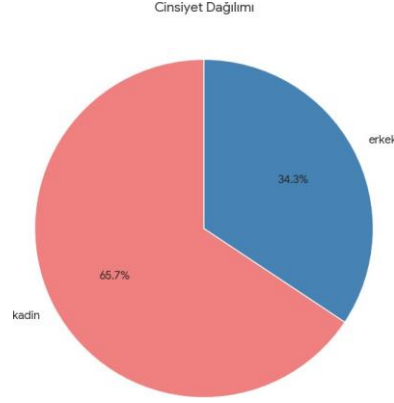
(Diğer fakülte, yüksekokul ve enstitü katılımları yer verilen grafikte bulunmaktadır.)



1.2. Cinsiyet Dağılımı: Ankete katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımı aşağıdaki şekildedir:

Kadın: 2833 öğrenci (%65.6)

Erkek: 1482 öğrenci (%34.4)



1.3. Mezun Olunan Lise Türü: Katılımcıların mezun oldukları lise türleri incelendiğinde, "Anadolu Lisesi" mezunlarının baskın olduğu görülmektedir:

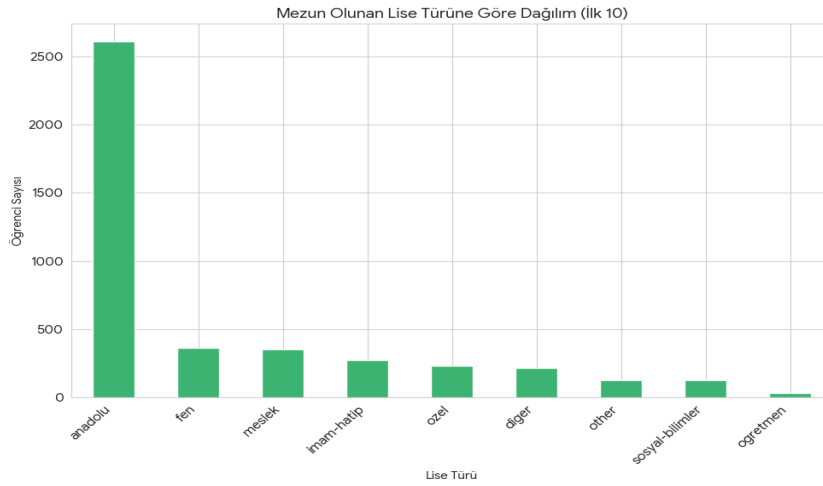
Anadolu Lisesi: 2611 öğrenci

Fen Lisesi: 361 öğrenci

Meslek Lisesi: 352 öğrenci

İmam Hatip Lisesi: 273 öğrenci

Özel Liseler: 227 öğrenci



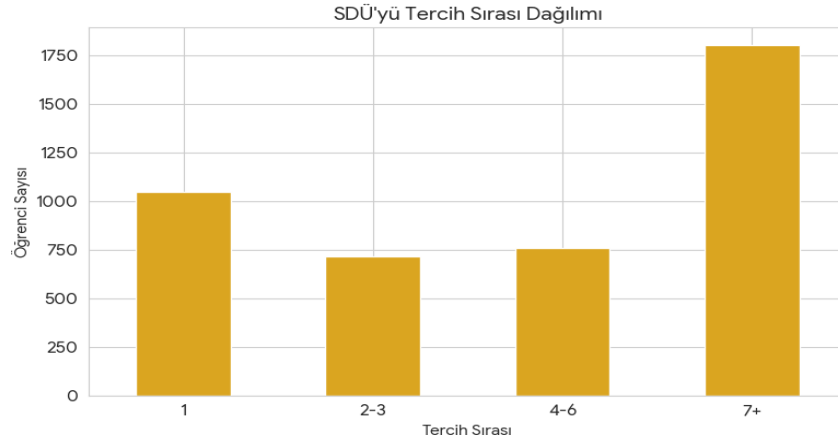
1.4.Üniversite Tercih Sırası: Öğrencilerin SDÜ'yü kaçınıcı sırada tercih ettiklerine ilişkin veriler incelendiğinde, öğrencilerin önemli bir kısmının (1800 kişi) SDÜ'yü 7. veya daha sonraki sıralarda tercih ederken, ilk sırada tercih eden güçlü bir kitlenin de (1045 kişi) olduğu görülmektedir.

7+ (7. sıra ve sonrası): 1800 öğrenci

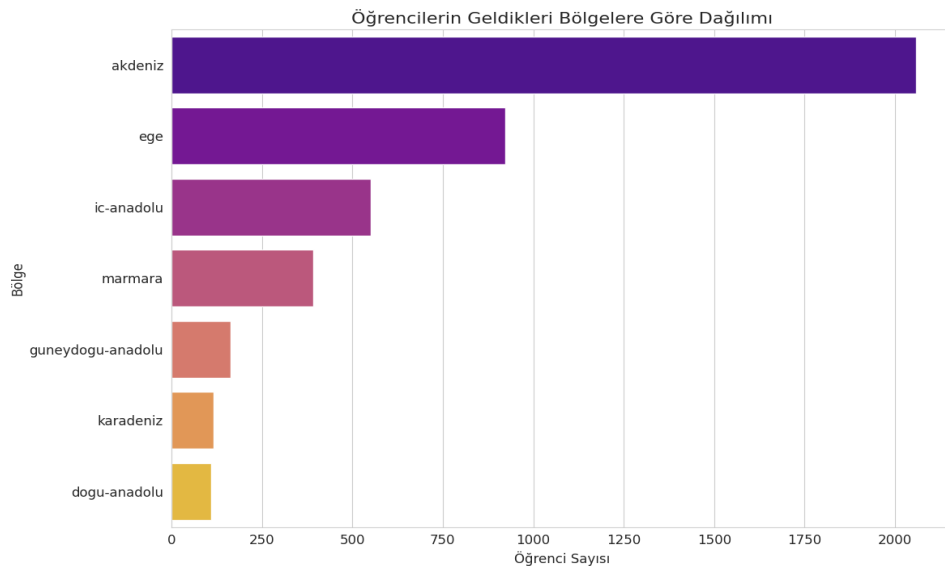
1. sıra: 1045 öğrenci

4-6. sıra: 757 öğrenci

2-3. sıra: 713 öğrenci



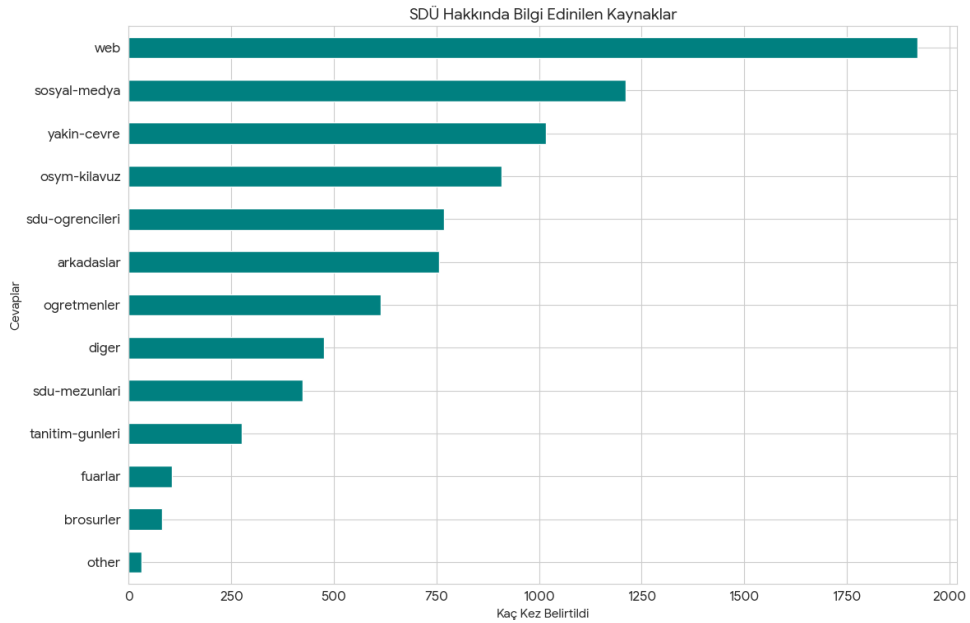
1.5.Bölgesel Dağılım: Sunulan grafikteki veriler incelendiğinde, SDÜ'yü öğrencilerin büyük çoğunluğunun Akdeniz Bölgesi'nden tercih ettikleri, bunu Ege Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi'nin takip ettiği görülmektedir.



2. Tercih Süreci ve Karar Mekanizmaları

2.1.Bilgi Kaynakları: Öğrencilerin SDÜ hakkında bilgi edinmek için kullandıkları kanallar incelendiğinde, dijital platformların üstünlüğü görülmektedir:

- **Web (Üniversite/Fakülte web sitesi):** 1923 kez belirtilmiş.
- **Sosyal Medya:** 1212 kez belirtilmiş.
- **Yakın Çevre (Aile, tanıdık vb.):** 1017 kez belirtilmiş.
- **ÖSYM Kılavuzu:** 909 kez belirtilmiş.
- **SDÜ Öğrencileri:** 769 kez belirtilmiş.
- **Arkadaşlar:** 756 kez belirtilmiş.



Bu bulgu, üniversitenin tanıtım süreçlerinde web sitesi ve sosyal medya hesaplarının temel bilgi kaynakları olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, geleneksel tanıtım yöntemleri olan fuarlar (106) ve broşürler (81) daha sınırlı etkiye sahiptir.

2.2. SDÜ'yü Tercih Etme Nedenleri:

Öğrencilerin Süleyman Demirel Üniversitesi'ni tercih etme motivasyonları incelendiğinde, “Eğitim Kalitesi” öne çıkan faktör olarak belirlenmiştir. Diğer tercih nedenlerinin dağılımı aşağıda sunulmaktadır:

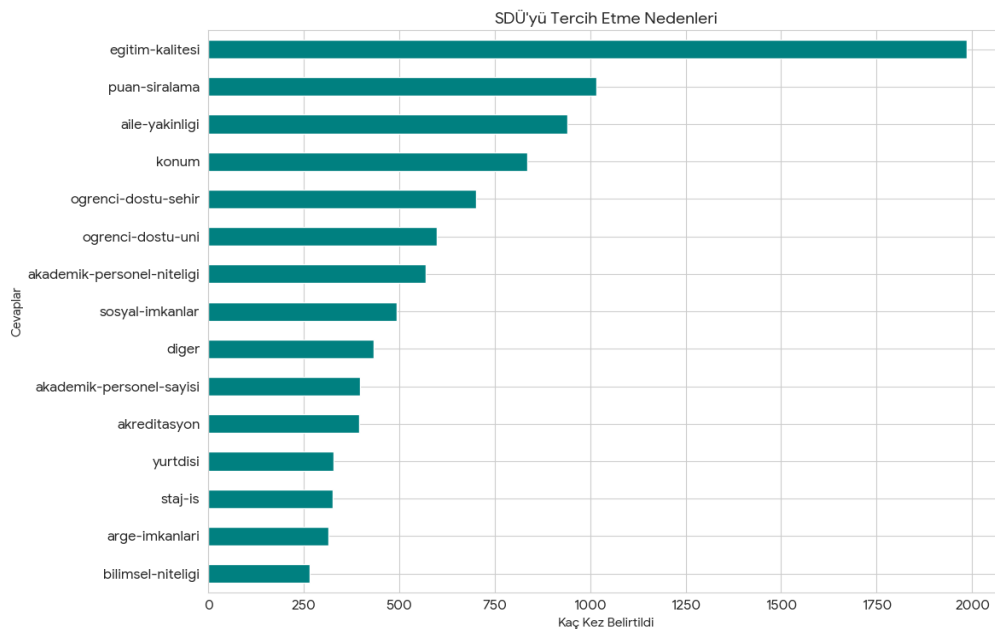
Eğitim Kalitesi: 1985 kez belirtilmiş.

Puan/Sıralama Uygunluğu: 1017 kez belirtilmiş.

Aileye Yakınlık: 940 kez belirtilmiş.

Konum (Isparta'nın konumu): 836 kez belirtilmiş.

Öğrenci Dostu Şehir: 701 kez belirtilmiş.



Elde edilen bulgular, akademik faktörlerin (Eğitim Kalitesi, Akademik Personel Niteliği – 570) ve şehrin sunduğu olanakların (Konum, Aile Yakınlığı, Öğrenci Dostu Şehir) öğrencilerin tercih kararlarında belirleyici olduğunu göstermektedir.

2.3. Bölüm Seçim Nedenleri:

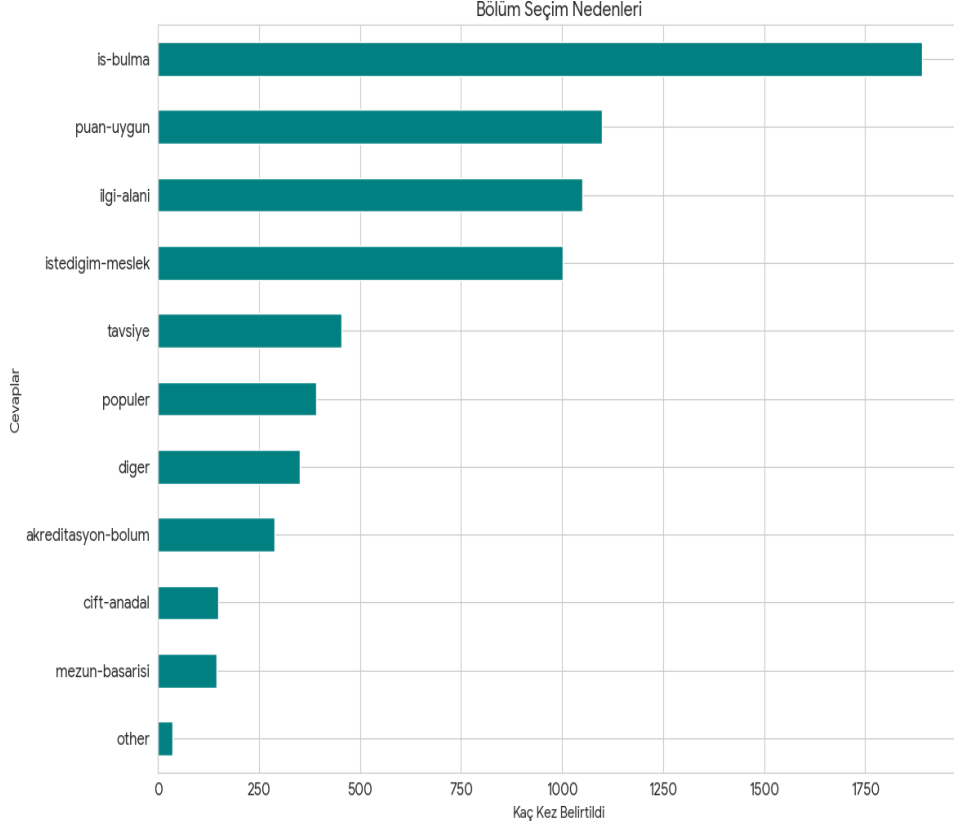
Öğrencilerin mevcut bölümlerini seçme nedenleri incelendiğinde, kariyer ve istihdam odaklı motivasyonlar öne çıkmaktadır. Dağılım aşağıda sunulmuştur:

İş Bulma Olanakları: 1891 kez belirtilmiş.

Puan Uygunluğu: 1098 kez belirtilmiş.

İlgi Alanı: 1050 kez belirtilmiş.

İstediğim Meslek: 1001 kez belirtilmiş.



Bu bulgular, öğrencilerin bölüm tercihlerinde iş bulma imkânı, puan yeterliliği ve kişisel ilgi alanlarının öncelikli faktörler olduğunu göstermektedir.

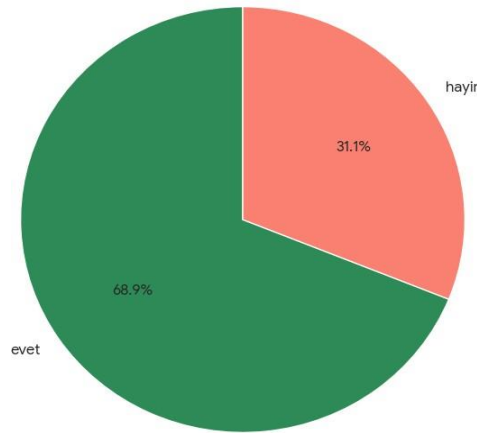
3. Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileşimi

Dijital platformların öğrenciler için temel bilgi kaynakları olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının anlaşılması büyük önem taşımaktadır.

SDÜ Sosyal Medya Hesaplarından Haberdarlık: Öğrencilerin üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarının varlığından haberdar olma durumları aşağıda gösterilmiştir:

- **Evet:** 2973 öğrenci (%68.9)
- **Hayır:** 1342 öğrenci (%31.1)

SDÜ Sosyal Medya Hesaplarından Haberdarlık Durumu



Bu bulgu, öğrencilerin yaklaşık üçte birinin üniversitenin sosyal medya hesaplarından haberdar olmadığını göstermektedir.

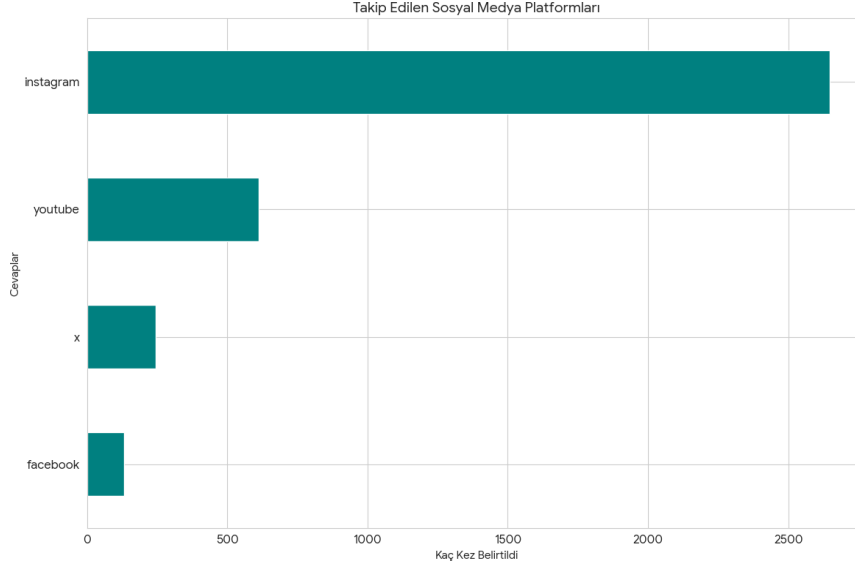
3.1.Takip Edilen Sosyal Medya Platformları: Sosyal medya hesaplarından haberdar olan öğrencilerin takip ettikleri platformlar incelendiğinde, Instagram açık bir şekilde ön plana çıkmaktadır. Platformlara göre dağılım aşağıda verilmiştir:

Instagram: 2647 kez belirtilmiş.

YouTube: 612 kez belirtilmiş.

X (Twitter): 245 kez belirtilmiş.

Facebook: 132 kez belirtilmiş.



Bu sonuç, sosyal medya stratejisinin öncelikli olarak Instagram, ikincil olarak ise Youtube üzerinde yoğunlaştırılmasının önemini ortaya koymaktadır.

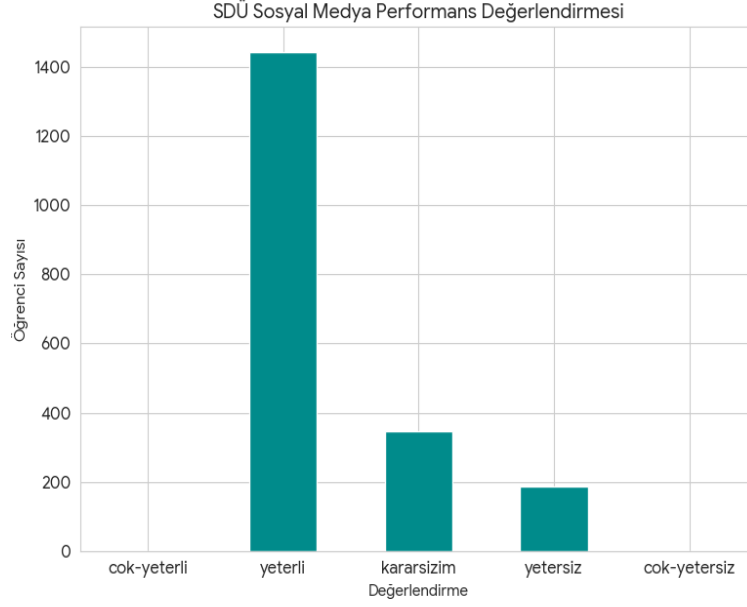
3.3. Sosyal Medya Performans Değerlendirmesi: Sosyal medya hesaplarını takip eden öğrenciler, bu hesapların performansını (içerik kalitesi, aktiflik vb.) aşağıdaki şekilde değerlendirmiştir:

Yeterli: 1443 öğrenci

Kararsızım: 346 öğrenci

Yetersiz: 186 öğrenci

(Not: " Çok Yeterli" veya "Çok Yetersiz" seçenekleri veri setinde yer almamaktadır.)



Bulgular, hesapları takip eden öğrencilerin büyük çoğunluğunun mevcut performansı “Yeterli” olarak değerlendirdiğini göstermektedir.

3.4.Talep Edilen Sosyal Medya İçerik Türleri: Öğrenciler, sosyal medyada görmek istedikleri içerik türleri açısından üniversitenin temel misyonlarına öncelik vermektedir.

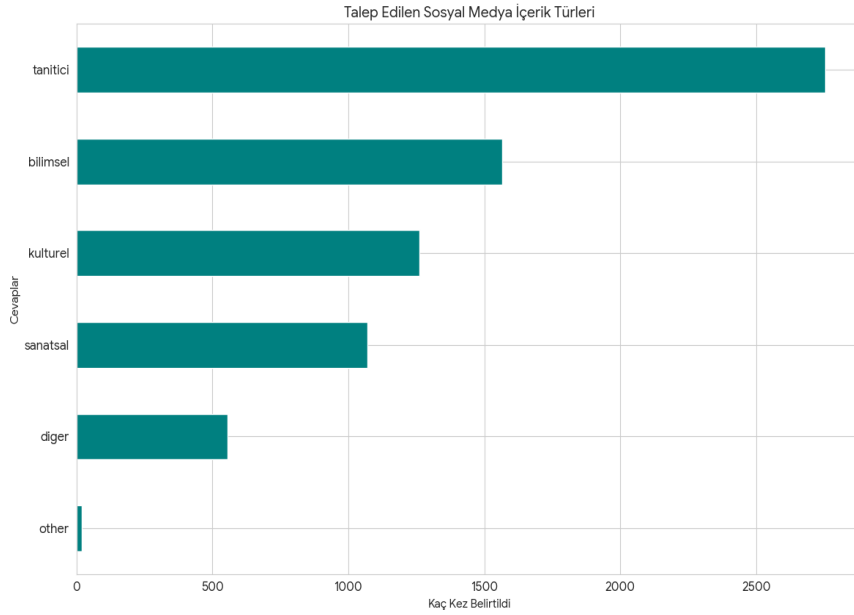
Dağılım aşağıda sunulmuştur:

Tanıtıcı İçerikler (Kampüs, Bölüm, İmkanlar): 2753 kez belirtilmiş.

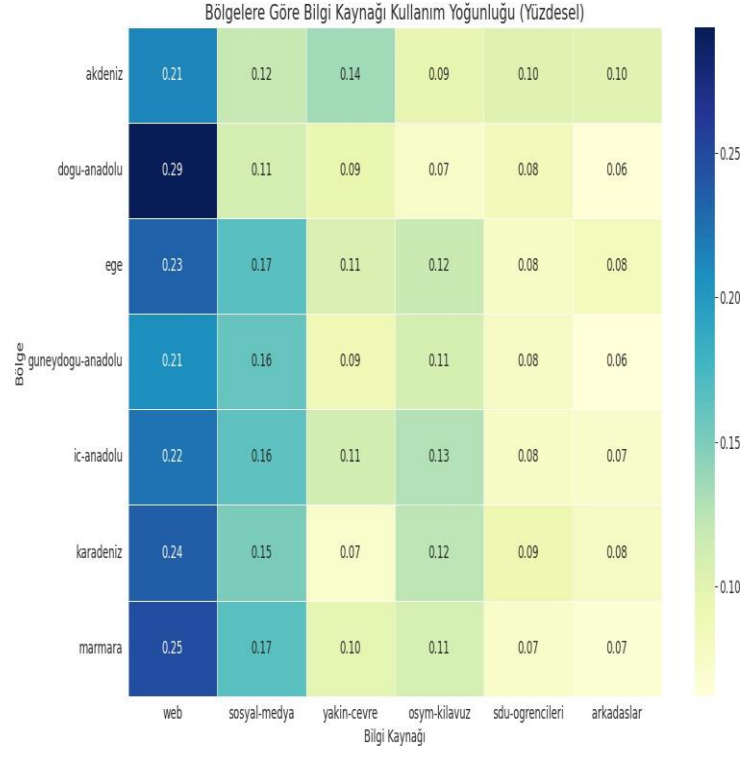
Bilimsel İçerikler (Projeler, Başarılar, Konferanslar): 1566 kez belirtilmiş.

Kültürel İçerikler (Etkinlikler, Topluluklar): 1261 kez belirtilmiş.

Sanatsal İçerikler (Sergiler, Konserler): 1071 kez belirtilmiş.

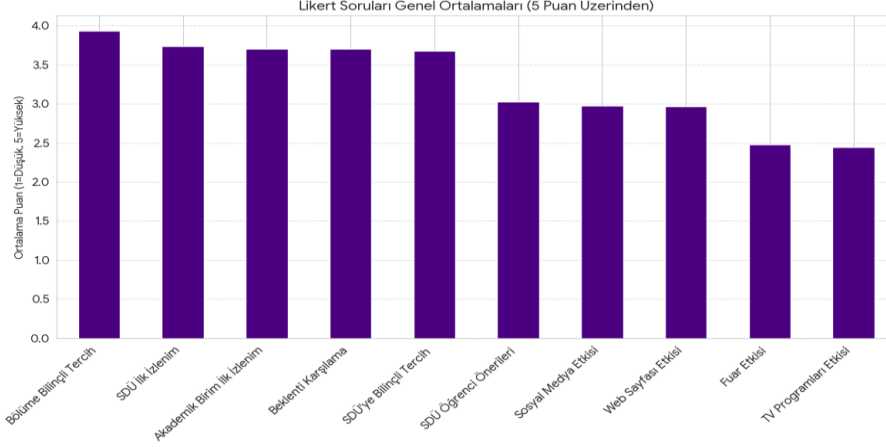


Bulgular, öğrencilerin eğlenceden ziyade üniversitenin akademik ve sosyal kimliğini yansıtan, bilgilendirici içeriklere öncelik verdiğini göstermektedir.



4. Likert Ölçeği Analizleri

4.1.Faktörlerin Genel Ortalamaları: Öğrencilerin değerlendirmeleri incelendiğinde, en yüksek ve en düşük ortalamaya sahip alanlar belirgin şekilde ayrılmaktadır:



En Yüksek Puanlı Alanlar (Algı ve Bilinç):

1. **Bölüme Bilinçli Tercih:** 3.93 (5 üzerinden)
2. **SDÜ İlk İzlenim:** 3.74
3. **Akademik Birim İlk İzlenim:** 3.71
4. **Beklenti Karşılama:** 3.70
5. **SDÜ'ye Bilinçli Tercih:** 3.68

Bu sonuçlar, öğrencilerin bölümlerini bilinçli olarak seçtiklerini güçlü bir şekilde düşündüklerini göstermektedir. Ayrıca, üniversiteye (3,74) ve akademik birimlere (3,71) yönelik ilk izlenimler ile beklenti karşılama düzeyi (3,70) “İyi” seviyesinde değerlendirilmiştir.

En Düşük Puanlı Alanlar (Tanıtım Faaliyetlerinin Etkisi):

1. **SDÜ Öğrenci Önerileri:** 3.03
2. **Sosyal Medya Etkisi:** 2.98
3. **Web Sayfası Etkisi:** 2.97
4. **Fuar Etkisi:** 2.48
5. **TV Programları Etkisi:** 2.45

Bulgular, öğrencilerin Web Sayfası Etkisi (2,97) ve Sosyal Medya Etkisi (2,98) gibi dijital tanıtım faaliyetlerini orta düzeyde etkili gördüğünü; Fuar (2,48) ve TV Programları (2,45) etkilerini ise düşük olarak değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

4.2. Korelasyon (İlişki) Analizi: Isı haritası, 10 faktör arasındaki ilişkileri göstermektedir (0 = İlişki yok, 1 = Çok güçlü ilişki).

- **En Güçlü İlişkiler:**

- **Beklenti Karşılama ve SDÜ İlk İzlenim:** Korelasyon = 0,73.

Üniversite hakkında olumlu ilk izlenime sahip öğrencilerin, beklentilerinin de yüksek düzeyde karşılandığı görülmektedir.

- **Akademik Birim İlk İzlenim ve Beklenti Karşılama:** Korelasyon = 0,71
- **Akademik Birim İlk İzlenim – SDÜ İlk İzlenim:** Korelasyon = 0,70

Akademik birimlere yönelik olumlu ilk izlenim, hem üniversite genelindeki ilk izlenim hem de beklenti karşılama düzeyiyle güçlü bir şekilde ilişkilidir.

- **Tanıtım Faaliyetleri İlişkisi:**

- **Fuar Etkisi – TV Programları Etkisi:** Korelasyon = 0,73

Fuar gibi geleneksel tanıtım yöntemlerinden etkilenen öğrenciler, TV programlarından da benzer şekilde etkilenmektedir.

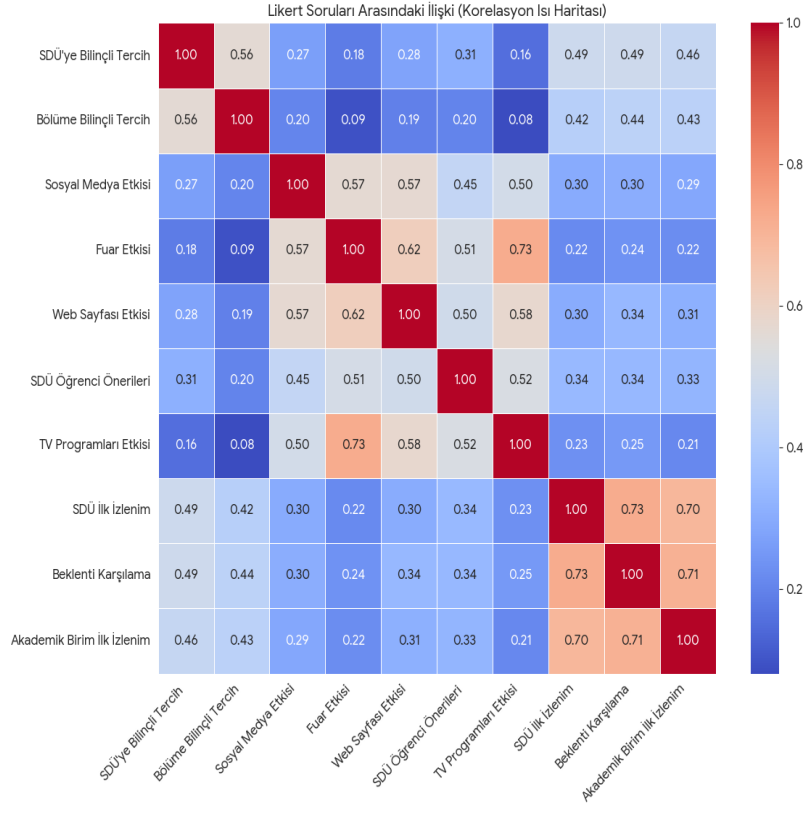
- **Web Sayfası Etkisi – Sosyal Medya Etkisi:** Korelasyon = 0,57
- **Web Sayfası Etkisi – Fuar Etkisi:** Korelasyon = 0,62

Bu bulgular, farklı tanıtım kanallarının birbirini destekleyici bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

- **Bilinçli Tercih ve Etkileyenler:**

- **SDÜ’ye Bilinçli Tercih – SDÜ İlk İzlenim:** Korelasyon = 0,49
- **SDÜ’ye Bilinçli Tercih – Beklenti Karşılama:** Korelasyon = 0,49

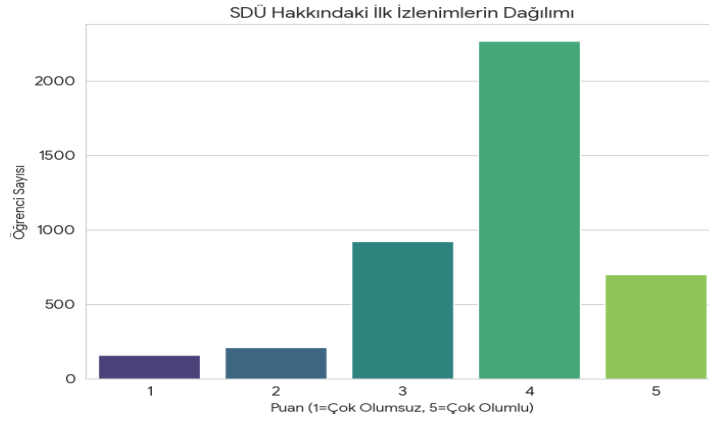
Bulgular, öğrencilerin üniversiteyi bilinçli bir şekilde tercih etme düzeyinin, hem SDÜ’ye ilişkin ilk izlenim hem de beklentilerin karşılanma düzeyiyle orta düzeyde ilişki gösterdiğini ortaya koymaktadır.



4.3. SDÜ İlk İzlenim Dağılımı: Öğrencilerin üniversite hakkındaki ilk izlenimlerinin puan dağılımı (1 = Çok Olumsuz, 5 = Çok Olumlu) aşağıdaki gibidir:

- **5 Puan (Çok Olumlu):** Yaklaşık 900 öğrenci
- **4 Puan (Olumlu):** Yaklaşık 1800 öğrenci
- **3 Puan (Nötr):** Yaklaşık 1200 öğrenci
- **1-2 Puan (Olumsuz):** Sayı oldukça düşüktür.

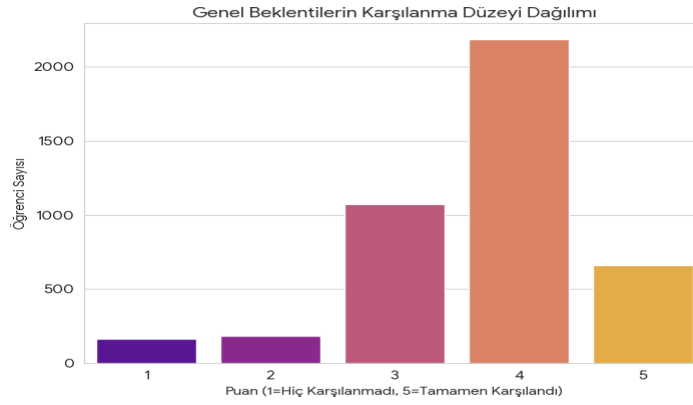
Öğrencilerin büyük çoğunluğu (yaklaşık 2700 kişi) üniversiteye "Olumlu" veya "Çok Olumlu" bir ilk izlenimle başlamıştır.

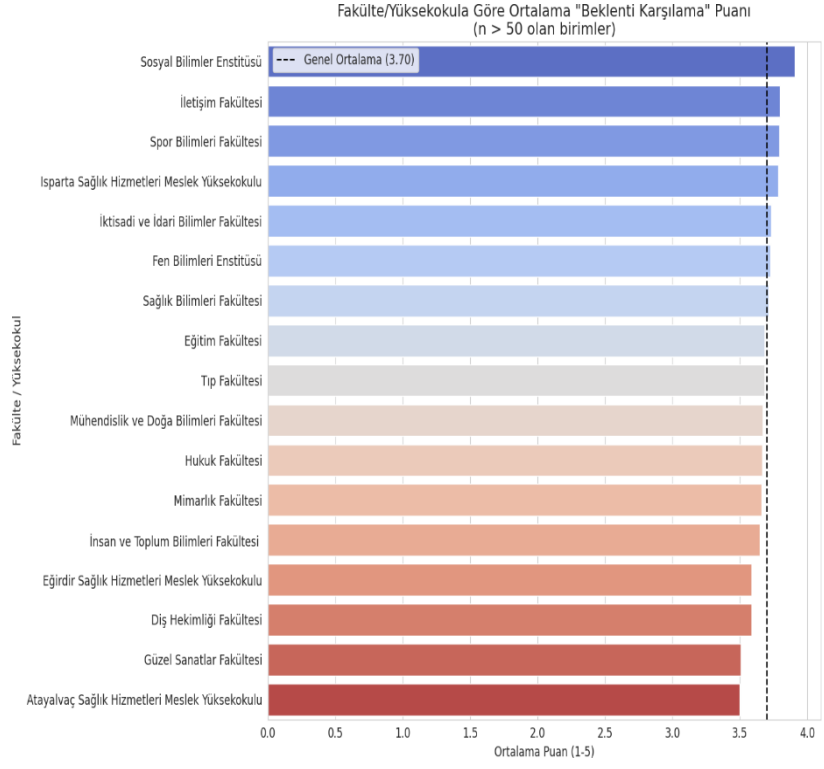


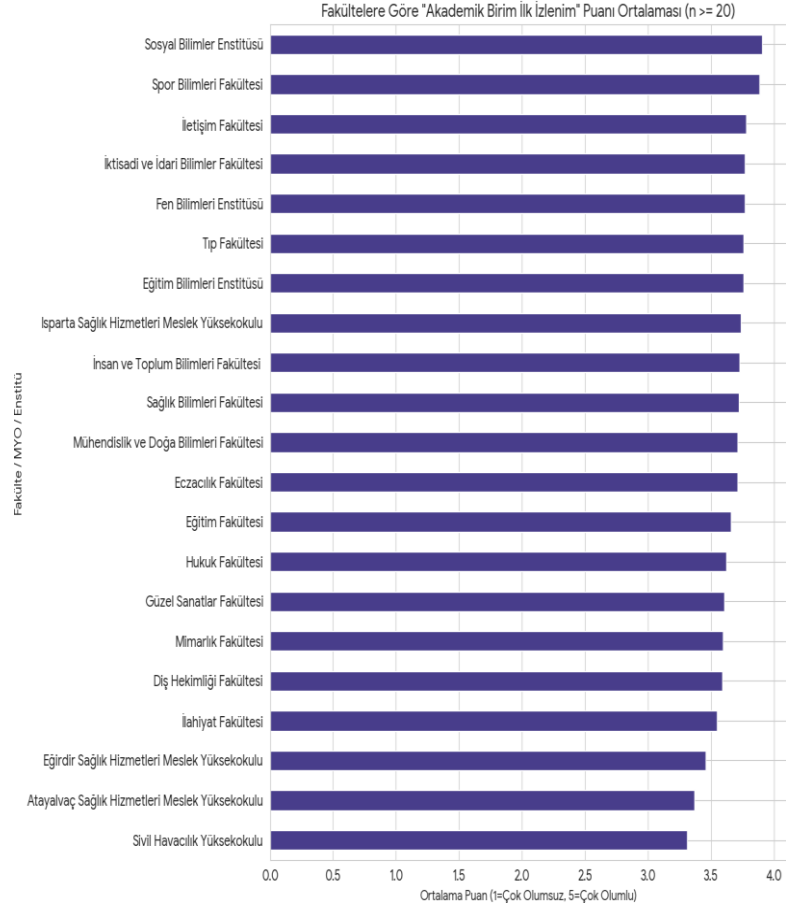
4.4.Beklenti Karşılama Dağılımı: Öğrencilerin üniversiteye ilişkin genel beklentilerinin karşılanma düzeyi (1 = Hiç Karşılanmadı, 5 = Tamamen Karşılandı) aşağıdaki gibidir:

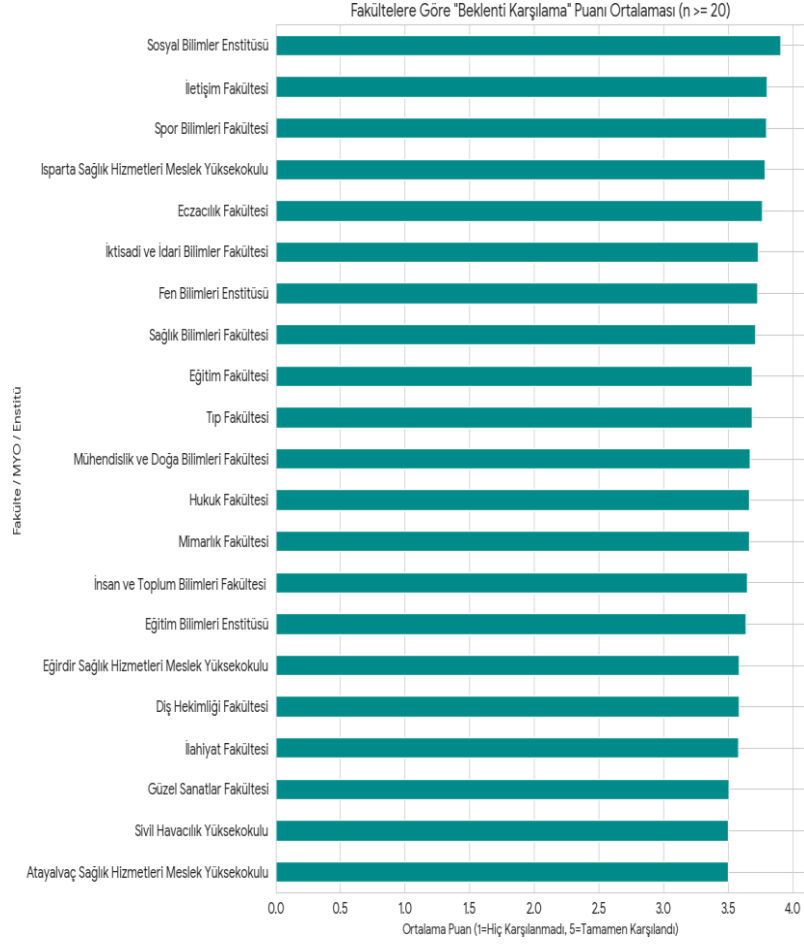
- **5 Puan (Tamamen Karşılandı):** Yaklaşık 900 öğrenci
- **4 Puan (Büyük Ölçüde Karşılandı):** Yaklaşık 1800 öğrenci
- **3 Puan (Nötr/Kısmen Karşılandı):** Yaklaşık 1200 öğrenci

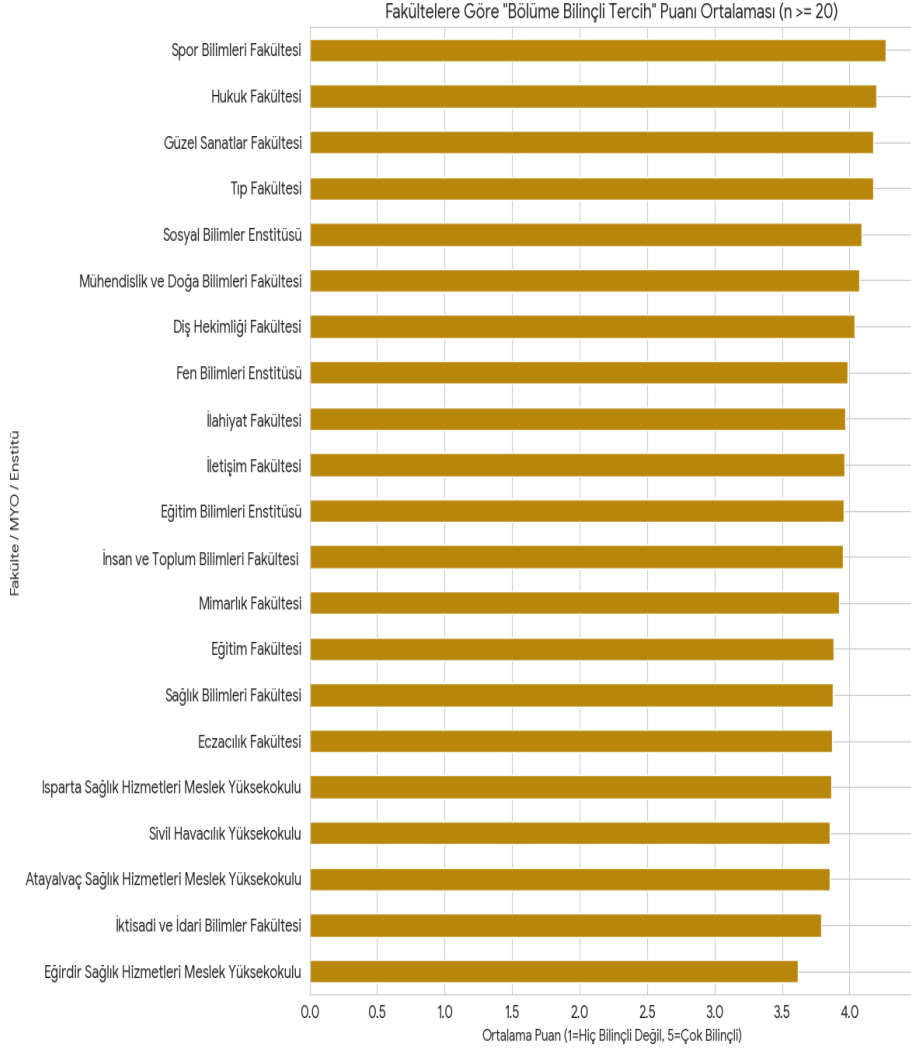
Bu dağılım, SDÜ İlk İzlenim grafiği ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Korelasyon analizi (0,73) doğrultusunda, olumlu bir ilk izlenim ile beklentilerin karşılanma düzeyi arasında doğrudan bir ilişki olduğu görülmektedir.











5. Sonuç ve Değerlendirme

2025-2026 eğitim-öğretim yılı Yeni Öğrenci Anketi sonuçları, Süleyman Demirel Üniversitesi'ne kaydolun öğrencilerin profili ve üniversiteye ilişkin genel algılarını ortaya koymaktadır. Aşağıdaki bulgular öne çıkmaktadır:

- Öğrenciler, üniversite ve akademik birimler hakkında genel olarak olumlu bir ilk izlenime sahiptir ve beklentilerinin büyük ölçüde karşılandığını ifade etmektedir.
- Üniversiteyi tercih etme kararlarında akademik faktörler ve şehrin sunduğu imkanlar belirleyici olmuştur.
- Dijital platformlar, öğrencilerin SDÜ hakkında bilgi edinmesinde temel kaynak olarak öne çıkmaktadır; sosyal medya kullanımında Instagram en yoğun tercih edilen kanaldır.
- Sosyal medya ve diğer tanıtım faaliyetlerinin öğrencilerin tercih davranışları üzerindeki etkisi orta düzeyde olup, öğrenciler bilinçli tercihler yapmaktadır.
- Genel olarak değerlendirildiğinde, Süleyman Demirel Üniversitesi'nin yeni öğrenciler arasında güçlü bir eğitim ve akademik algıya sahip olduğu görülmektedir.