

Meslek Yüksekokullarında Eğitim Hizmetleri Pazarlamasında İnternete Dayalı Uzaktan Eğitimin Durumu İle İlgili Bir Araştırma

Özet

Toplumun eğitimi; nitelikli insan gücünün ekonomiye kazandırılması, ülkelerin zenginliği ve mutluluğu açısından bir gerekliliktir. İhtiyaç duyulan bilginin artması nedeniyle toplumun tamamını eğitmek hem çok zor ve hem de çok pahalıdır. İnternete Dayalı Uzaktan Eğitim(İDUE), hem maliyet ve zorluk hem de Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitimin(VET) önemli bir kurumu olan Meslek Yüksekokullarının sunmuş olduğu eğitim hizmetlerinin pazarlanması açısından bir fırsat olarak görülmelidir. Bu kurumların İDUE’yi bir ürün olarak görmek yerine eğitim hizmetlerinin daha iyi pazarlanmasının bir yolu olarak görmeleri daha doğru olacaktır. Ülkemizde, sayıları 518’i bulan Meslek Yüksekokullarının İDUE konusundaki uygulamalarının belirlenmesi; bu okulların yöneticilerinin İDUE konusundaki bilgi, deneyim, tutum ve düşüncelerinin belirlenmesi amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. 296 anketten elde edilen bulgulara göre Türkiye’de MYO yöneticilerinin İDUE konusunda yeterli bilgi ve deneyimleri olmamasına rağmen; İDUE’nin uygulanabilirliği konusunda istekli ve uygulamaya hazır oldukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim Hizmetleri Pazarlaması, Mesleki ve Teknik Eğitim, İnternete Dayalı Uzaktan Eğitim(IDUE)*

A Research about Internet Based Distance Learning on Marketing Educational Services in Vocational Colleges

Abstract

Education of the community is a must in order to direct the qualified labor power to the economy for the welfare and the happiness of the countries. It is both very difficult and very expensive to educate the entire society as the needed information has increased. In line with the contemporary technological developments, Internet-Based-Distance-Learning (IBDL) should be perceived as an opportunity in order both to market the educational services, provided by the vocational higher schools that are significant institutions of the vocational and technical education in Turkey, and to cope with the related obstacles. It will be more appropriate for these institutions to perceive the IBDL as a means of effective marketing of the educational services rather than perceiving it as a product. A survey questionnaire was formed and submitted to 518 administrators of vocational schools in Turkey in order to obtain data considering their attitudes, the experience, knowledge and thoughts towards IBDL. In accordance with the data gathered from 296 survey forms, it was determined that the administrators at vocational schools in Turkey are ready to apply the IBDL despite that they do not have sufficient information and experience about the IBDL applications.

Keywords: *Education Services Marketing, Vocational and Technical Education(VET), Internet-Based-Distance-Learning(IBDL)*

Yıldırım KIZGIN¹

¹ Yrd. Doç. Dr., Muğla Üniversitesi,
Muğla Meslek Yüksekokulu,
ykizgin@mu.edu.tr