

University : İstanbul Kültür University
Institute : Institute of Graduate Studies
Department : Business Administration
Program : Master of Business Administration
Supervisor : Asst. Prof. Dr. Kemal Özkan Yılmaz
Degree Awarded and Date : MA – April 2023

ABSTRACT

THE ROLE OF MARKETING STRATEGIES ON LOCAL AND INTERNATIONAL STUDENTS' ENROLLMENT: A CASE OF FIVE PRIVATE UNIVERSITIES IN ISTANBUL CITY

MOHAMMAD PASOON PATMAN

Education has become a global service, and every country is attempting to give it to its population as a tool for socioeconomic growth. Educational institutes generate profitable focuses and find unique ways and preferences that satisfy the demands of students and parents as part of private sector involvement.

The purpose of this study is to examine how marketing tactics affect student enrollments at Istanbul's five private universities. The study assists the administration of the various colleges in identifying the most effective marketing plans to entice more students to the institution. Marketing strategies i.e. Word of Mouth, and Advertisements (Newspaper, University Website, and Facebook) are tested in relation to Student Enrolment.

Data were collected in hard form and as well as soft form through Google Form using simple random sampling from 5 private universities functioning in Istanbul, Turkey. 390 respondents answered the questionnaire. The research results showed a significant relationship between the constructs under investigation and showed a positive relationship among all variables.

Keywords: Word of Mouth, Newspaper Advertisement, Student Enrollment, Facebook Advertisement, and University Website Advertisement.

ÜNİVERSİTE : İstanbul Kültür Üniversitesi

Enstitüsü : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Dalı : İşletme

Programı : İşletme Yüksek Lisans

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Kemal Özkan Yılmaz

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans- Nisan 2023

ÖZET

YERLİ VE ULUSLARARASI ÖĞRENCİ KAYITLARINDA PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN ROLÜ: İSTANBUL'DAKİ BEŞ ÖZEL ÜNİVERSİTE ÖRNEĞİ

MOHAMMAD PASOON PATMAN

Eğitim küresel bir hizmet haline geldi ve her ülke bunu kendi nüfusuna sosyoekonomik büyüme için bir araç olarak vermeye çalışıyor. Eğitim kurumları, kârlı odaklar oluşturur ve özel sektör katılımının bir parçası olarak öğrencilerin ve velilerin taleplerini karşılayan benzersiz yollar ve tercihler bulur.

Bu çalışmanın amacı, İstanbul'daki beş özel üniversitede pazarlama taktiklerinin öğrenci kayıtlarını nasıl etkilediğini incelemektir. Çalışma, çeşitli kolejlerin yönetimine, kuruma daha fazla öğrenci çekmek için en etkili pazarlama planlarını belirlemede yardımcı olur. Pazarlama stratejileri, yani Ağızdan Ağıza ve Reklamlar (Gazete, Üniversite Web Sitesi ve Facebook), Öğrenci Kaydı ile ilgili olarak test edilir.

Veriler, Türkiye'de İstanbul'da faaliyet gösteren 5 özel üniversiteden basit tesadüfi örnekleme kullanılarak Google Formu aracılığıyla hem katı hem de yumuşak biçimde toplanmıştır. 390 kişi anketi yanıtladı. Araştırma sonuçları, araştırılan yapılar arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve tüm değişkenler arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Ağızdan Ağıza, Gazete Reklamı, Öğrenci Kaydı, Facebook Reklamı ve Üniversite Web Sitesi Reklamı.