



### İNTERNET GÖRÜNÜRLÜĞÜNÜN KALİTE SÜRECİNE YANSIMASI: BARTIN ÜNİVERSİTESİ PEYZAJ MİMARLIĞI BÖLÜMÜ ÖRNEĞİ

Gizem CENGİZ GÖKÇE<sup>1\*</sup>, Pelin KEÇECİOĞLU DAĞLI<sup>1</sup>, İdil DAL<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Bartın Üniversitesi Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Bartın

#### Öz

Yükseköğretimde kaliteyi sağlamaya yönelik program akreditasyonu; değişen koşul ve ihtiyaçlar çerçevesinde programların sürekli iyileştirilmesini, yükseköğretimde hareketliliğin kolaylaşmasını, öğretim elemanlarının desteklenmesini, rekabetin gelişmesini, toplumun ve sektörün eğitime duyduğu saygı ve güvenin artmasını sağlamaktadır. Uluslararası başarının artırılabilmesi ve eğitim-öğretim programlarının/bölgülerinin akredite olmaları için kalite süreci önem taşımaktadır. Akreditasyon çalışmalarının yönetilebilir, sürdürülebilir ve izlenebilir olması sağlanarak değerlendirme yapılması kolaylaştırılmaktadır. Akreditasyon belirli bir sistematik içerisinde süreci planlama, iç ve dış değerlendirme, izleme ile raporlama aşamalarını kapsamaktadır. Kalite sürecini doğrudan etkileyen kurumsal dış değerlendirme çalışmalarında kurumla ilgili istatistiksel bilgi, grafik ve belgeler gibi dokümanlar değerlendirilmektedir. Bu materyallerin bulunduğu altyapı/ara yüzlerin standart; içeriklerinin ise erişilebilir, detaylı, kullanışlı ve güncel olması akreditasyonun temelini oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında görünürlüğün sağlanması ve bilgilerin yaygınlaştırılması adına birer araç olarak kullanılan kurum web sayfası ve sosyal medya hesapları (Twitter, Instagram ve Facebook) Bartın Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü örneğinde ele alınmıştır. Bu doğrultuda; internet görünürlüğünü belgeleyen çalışmalara ait veriler incelenmiş ve görünürlüğe olan etkisi istatistiksel sonuçlar temelinde değerlendirilmiştir. Kalite sürecini etkileyen internet görünürlüğünü arttırmaya yönelik öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite süreci, akreditasyon, dış değerlendirme, internet görünürlüğü.

### REFLECTION OF INTERNET VISIBILITY TO QUALITY PROCESS: A CASE STUDY OF BARTIN UNIVERSITY DEPARTMENT OF LANDSCAPE ARCHITECTURE

#### Abstract

Program accreditation aiming to ensure quality in higher education; provides continuous improvement of programs in line with changing conditions and needs, facilitating mobility in higher education, supporting academic staff, developing competition, and increasing the respect and trust of the society and the industry to education. The quality process is important in order to increase international success and for the accreditation of educational programs / departments. Assessment is facilitated by ensuring

\*Sorumlu Yazar Corresponding Author | Dr. Gizem CENGİZ GÖKÇE, Bartın Üniversitesi, Ağdacı Yerleşkesi Orman Fakültesi Binası Peyzaj Mimarlığı Bölümü, [gcengiz@bartin.edu.tr](mailto:gcengiz@bartin.edu.tr) ORCID : 0000-0001-9888-8623

Geliş Received 10.03.2020 | Kabul Accepted 16.11.2020 | Basım Published 01.12.2020  
ISSN 2687-2358 | KONFERANS BİLDİRİSİ (Conference Paper)

that accreditation efforts are manageable, sustainable and traceable. Accreditation covers the planning, internal and external evaluation, monitoring and reporting stages within a certain systematic. In the institutional external evaluation studies that directly affect the quality process, documents such as statistical information, graphics etc. were evaluated. The fact that the infrastructure / interfaces where these materials are located are standard; and that the contents are accessible, detailed, useful and up-to-date constitutes the basis of accreditation. In this study, the institutional web pages and social media accounts (Twitter, Instagram and Facebook), which are used as a tool to ensure visibility and disseminate information, are discussed in the example of Bartın University Department of Landscape Architecture. Accordingly, the data of the studies documenting the internet visibility were examined, and its effect on visibility was evaluated by considering statistical results. Suggestions were made to increase internet visibility affecting the quality process.

**Keywords:** Quality process, accreditation, external evaluation, internet visibility.

### 1. Giriş

Kalite, son yıllarda yükseköğretim kurumları başta olmak üzere eğitim kurumlarında standartların karşılandığını tespit etmek için kullanılan önemli bir kavramdır. Özer vd. (2011)'ne göre bir kurumun çeşitli yönlerinin sistematik olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi olarak tanımlanan kalite standartları, iç ve dış denetim mekanizmasını sağlamaktadır. Böylece, kurum kendi bünyesinde kalite standartlarını benimseyerek bu işleyişi kurumsal bir kültüre dönüştürmektedir (Özer vd., 2010; Tezsürücü ve Aybarç Bursalıoğlu, 2013).

Kalite güvencesi öğretim, araştırma, yayın, akademik başarı, proje geliştirme vb. etkinliklerde kullanılan bütün süreçleri kapsamaktadır (ENQA, 2007; ENQA 2008; Özer vd., 2010; Özer vd., 2011). Farklı tanımları olsa da kalite güvencesinin temel iki amacı vardır: hesap verebilirlik (accountability) ve iyileştirme (improvement) (Hämäläinen ve Jakku-Sihvonen, 2000; Aktan ve Gencel, 2010; Özer vd., 2011). Yükseköğretimde kalite güvencesini sağlamaya yönelik uygulanabilir sistemler ise standardizasyon (standardization), belgelendirme (certification) ve akreditasyon (accreditation) olarak belirtilmektedir (Aktan ve Gencel, 2010).

Yükseköğretimde kaliteyi sağlamaya yönelik program akreditasyonu; değişen koşul ve ihtiyaçlar çerçevesinde programların sürekli iyileştirilmesini, yükseköğretimde hareketliliğin kolaylaşmasını, öğretim elemanlarının desteklenmesini, rekabetin

gelişmesini, toplumun ve sektörün eğitime duyduğu saygı ve güvenin artmasını sağlamaktadır (Gencel, 2001; Çabuk, 2018). Eğitim-öğretimin sürekli geliştirilen ve iyileştirilen bir olgu olması nedeniyle üniversiteler, tüm faaliyetlerini ölçülebilir hale getirmektedir. Kalite altyapılarının kurulması, kalitenin artırılması veya iyileştirilmesi programların/bölümlerin akredite olmaları için önem taşımaktadır (Süngü ve Bayrakçı, 2010). Akreditasyonda yükseköğretim programlarının belirli performans standartlarına sahip olması gerekir. Bu standartlarına sahip olma durumu da kalite süreci ile kontrol edilmektedir.

Uluslararasılaşma ve eğitim kalitesini yükseltme çabası; teknoloji ve eğitimde hem ulusal hem de uluslararası başarının artırılabilmesi ve bütün eğitim-öğretim programlarının/bölümlerinin akredite olmaları için önem taşımaktadır. Bu sayede akreditasyon çalışmalarının yönetilebilir, sürdürülebilir ve izlenebilir olması sağlanarak değerlendirmelerin daha kolay yürütülebilmesine olanak sunulmaktadır (Sağiroğlu vd., 2015).

Yükseköğretimde akreditasyon; yetkili akreditasyon kuruluşlarınca dış değerlendirme yapılmasına imkân veren bir sistem olup, kalite güvencesi sağlayan, saydamlık ve hesap verme sorumluluğunun aracıdır. Ayrıca, uzun dönemlidir ve periyodik iç ve dış değerlendirmelere dayanmaktadır. Akreditasyon belirli bir sistematik içerisinde; standartların oluşturulması, hazırlık ve öz değerlendirme, dış

değerlendirme, izleme, akredite etme, gözden geçirme adımlarını kapsamaktadır (Aktan ve Gencil, 2010; Sağıroğlu vd., 2015). Türkiye’de akreditasyon kuruluşlarının yetkilendirme ve tanınma faaliyetlerinden Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) sorumludur (Resmi Gazete, 2018). Ulusal akreditasyon kuruluşlarının yetkilendirilmesi ve uluslararası akreditasyon kuruluşlarının tanınması süreci YÖKAK tarafından belirlenen ilke ve ölçütler kapsamında yürütülmektedir (URL-1, 2020). Yükseköğretim kurumları, beş yılda en az bir defa olmak üzere Kurul tarafından periyodik olarak yürütülecek Kurumsal Dış Değerlendirme Programı kapsamında değerlendirilmektedir (Resmi Gazete, 2018).



**Şekil 1.** Akreditasyon süreci (Aktan ve Gencil, 2010; Sağıroğlu vd., 2015).

Akreditasyon kurumu tarafından görevlendirilen uzmanlar, tarafından ilgili yükseköğretim kurumunun ya da akredite edilmesi planlanan programın performans standartları yönünden konumunu ve statüsünü dış değerlendirme sürecinde gözden geçirmektedir (Aktan ve Gencil, 2010). Kalite sürecini doğrudan etkileyen kurumsal dış değerlendirme çalışmalarında kurumla ilgili istatistiksel bilgi, grafik ve belgeler, yıllık faaliyet raporları, ödüller, öğrencilerin değerlendirme anketleri kullanılmaktadır. Kuruma ilişkin güncel katalog, formlar, tanıtıcı belgeler, kuruma ait haberler, kurumun iç ve dış paydaşlarla ilişkileriyle ilgili kanıtlar (proje, toplantı, sergi vb.), halkla ilişkiler kapsamındaki faaliyetler gibi materyaller ise

değerlendirilmektedir. Bu materyallerin bulunduğu altyapı/ara yüzlerin standart; içeriklerinin ise erişilebilir, detaylı, kullanışlı ve güncel olması akreditasyonun temelini oluşturmaktadır (Delen ve Abdüsselam, 2015; YÖK, 2017). Bu kapsamda internet görünürlüğü eğitimde kalite sürecinin gerçekleştirilmesine katkı sunmaktadır.

İnternet görünürlüğü fonksiyonel özelliklere, sunum özelliklerine (görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik) ve bunların güncelliğine bağlı olup web performanslarını etkilemektedir. Üniversitelerin web performansına göre de dünya genelinde sıralamalar yapıldığı bilinmektedir (Kekeç Morkoç ve Doğan, 2014). İnternet görünürlüğünün önemli parçalarından biri olan web sayfaları için içerik, tasarımdan daha önemlidir. Kullanıcılar web sayfalarını öncelikli olarak içeriklerindeki zenginlik için ziyaret etmektedir. Bu durum ise sayfanın ziyaret edilme sayısını etkilemektedir (Nielsen, 1999; Richards ve Hanson, 2004; Gültepe vd., 2014).

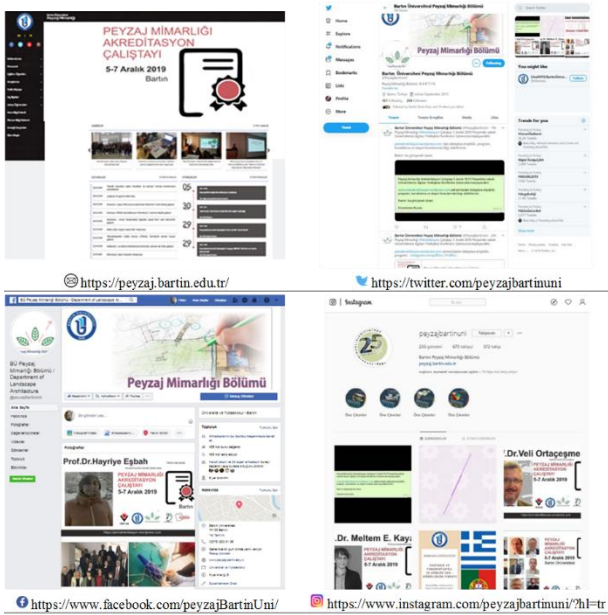
Hızla yükselen bir etki alanına sahip olan sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi ve kolay erişilebilir olması bakımından insanların duygu ve düşüncelerini paylaşacakları iletişim araçlarından biridir. Sosyal medya; tüm dünya ile aynı anda iletişim imkânı vermekte, kişilerin düşüncelerini, çeşitli fotoğraf ve videolarını paylaşmasına olanak sunmaktadır. Buna bağlı olarak, eğitim-öğretim ortamlarında sosyal medyanın kullanılması kurumda yapılan etkinlik, haber ve duyuruların öğrencilere daha hızlı duyurulmasında etkili olmaktadır (Aydın, 2015; Öztürk ve Talas, 2015).

Instagram, Facebook, Twitter gibi bazı sosyal medya araçları üniversitelerin beğenilme oranları, paylaşımlar, bildirimler, iletişim ağları takip edilmekte, hızlı bir şekilde kullanılmakta ve uygulanmaktadır. Üniversitelerin hedef kitlelerinin web sayfaları ile sosyal medya araçları arasında geri besleme ve çift yönlü iletişimin gerçekleştirilmesi interaktif yapı oluşturduğu gibi üniversitelerin internet görünürlüğünü de arttırmaktadır.

## 2. Materyal ve Yöntem

### 2.1. Materyal

Kurum web sayfası ve sosyal medya hesapları (Twitter, Instagram ve Facebook) internet görünürlüğünün sağlanması ve bilgilerin yaygınlaştırılması adına birer araç olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın ana materyalini, Bartın Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü (BÜPMB) web sayfası ve sosyal medya hesapları oluşturmaktadır (Şekil 2).



**Şekil 2.** Kurum web sayfası ve sosyal medya hesaplarına ilişkin görseller ve erişim adresleri.

### 2.2. Yöntem

Kurumla ilgili istatistiksel bilgi, grafik ve belgeler, yıllık faaliyet raporları, ödüller, öğrencilerin değerlendirme anketleri kurumsal dış değerlendirme toplantılarında kullanılmaktadır. Bu kapsamda; erişim zamanı, erişim yolu (cep telefonu, masaüstü, televizyon), erişim yerleri (il ve ülke), erişim sıklığı, ziyaretçi sayısı ve profili (yaş aralığı, cinsiyet) gibi istatistikler internet ortamında kayıt altına alınmaktadır. Çalışmada, internet görünürlüğünü belgeleyen veriler incelenmiştir. Kurum web sayfası ile sosyal medya hesaplarının, görünürlüğe olan etkisine yönelik istatistiksel sonuçlar; belirtilen ölçütlere göre değerlendirilmiştir.

## 3. Bulgular

Öğrenciler, kurumsal web sayfası ve sosyal medya hesapları üzerinden bilgilere ulaşma eğilimindedir. Kurumsal web sayfaları; bağlantılar üzerinden yönlendirme sağlanması, sosyal medya hesaplarına göre resmi olması, duyuru, etkinlik ve haberlere ilişkin daha kapsamlı içeriğe sahip olması bakımından farklılık göstermektedir. Bu farklılık sebebiyle elde edilen veriler, kurumsal web sayfası ve sosyal medya hesapları olmak üzere 2 kısımda değerlendirilmiştir.

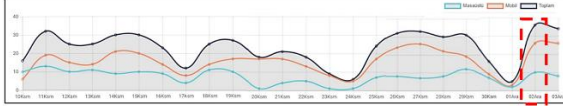
### 3.1. Kurumsal Web Sayfası

Günümüzde web sayfalarına bilgisayarların yanı sıra akıllı telefonlar, tabletler ve benzeri aygıtlar ile erişim sağlanabilmektedir. Şu an güncel olan Peyzaj Mimarlığı Bölümü web sayfası 2 yıldır aktif olarak kullanılmaktadır. Web sayfasına ait istatistiksel veriler incelendiğinde sayfaya erişim sağlanan aygıt türleri ve ziyaret sayılarına erişim sağlanmış ve bu bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre erişimin en fazla masaüstü bilgisayarlardan olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** BÜPMB web sayfasına erişim sağlanan aygıt türü ve ziyaret sayıları (URL-2, 2019).

Aygıt Türü	Ziyaret Sayıları
Masaüstü	3520
Akıllı Telefon	2650
Phablet	114
Tablet	46
TV	1

Kurumsal web sayfasında yeni bir haber, etkinlik ve duyurunun paylaşılmasına bağlı olarak ziyaret sayılarında artış olmaktadır. Şekil 3'te web sayfasının ziyaret sayısı verilmiştir. Buna göre; 5-7 Aralık 2019 tarihlerinde düzenlenecek bir çalışmaya ait tanıtım videosunun sosyal medya hesaplarında yayınlanmasına bağlı olarak 2 Aralık 2019 Pazartesi günü en yüksek değere ulaştığı görülmektedir.



**Şekil 3.** BÜPMB'ye ait web sayfasının ziyaret sayısı (URL-2, 2019).

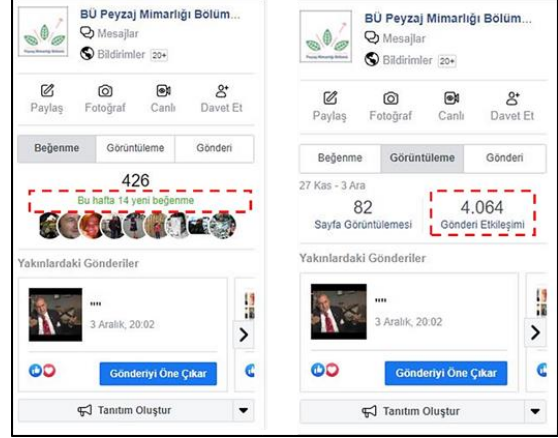
### 3.2. Kurumsal Sosyal Medya Hesapları

Kurumsal web sayfasında olduğu gibi sosyal medya hesaplarında da yeni bir haber, etkinlik ve duyurunun paylaşılmasına bağlı olarak ziyaret sayılarında artış görülmektedir. Şekil 4'te Peyzaj Mimarlığı Bölümü'nün kurumsal sosyal medya hesaplarından biri olan Instagram hesabına ilişkin veriler (ziyaretçilerin yaş aralığı, cinsiyet, erişim sağladıkları ülke, il) yer almaktadır. Etkileşim verileri ise bir haftalık alınabilmektedir. Aynı örnekten yola çıkarak, çalıştay tanıtım videosunun bölümün sosyal medya hesaplarına yüklendiği 1 Aralık 2019 Pazar günü etkileşim verileri en yüksek değere ulaşmıştır.



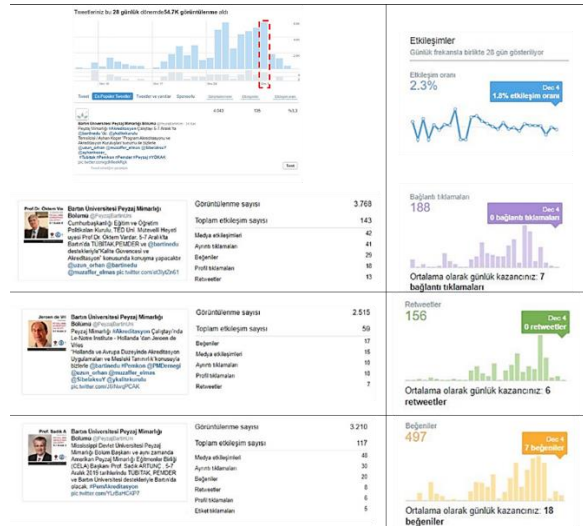
**Şekil 4.** BÜPMB'ye ait Instagram verileri.

Yapılan paylaşımlara bağlı olarak kurumsal sosyal medya hesaplarından biri olan Facebook hesabında sayfanın yeni beğeni aldığı ve gönderilerin ziyaretçi profillerinde paylaşıldığı görülmektedir (Şekil 5).



**Şekil 5.** BÜPMB'ye ait Facebook verileri.

Çalışma kapsamında ele alınan kurumsal sosyal medya hesaplarının sonucusu olan Twitter hesabına ait veriler ise aylık olarak alınmaktadır. Bölüm Twitter hesabının verileri incelendiğinde, yine aynı şekilde çalıştay tanıtım videosunun sosyal medya hesaplarına yüklendiği 1 Aralık 2019 Pazar günü görüntülenme sayısı ve etkileşim verilerinin en yüksek değere ulaştığı görülmektedir (Şekil 6).



**Şekil 6.** BÜPMB'ye ait Twitter verileri.

Çalışmada, elde edilen veriler doğrultusunda Peyzaj Mimarlığı Bölümü'nde ve Peyzaj Mimarlığı camiasında yapılan etkinliklerin, duyuruların ve haberlerin internet ortamında yayımlanmasının, hem çalışmaların yaygınlaşmasını hem de bölümün görünürlüğünün artmasını sağladığı ortaya konulmuştur. Buna bağlı olarak yükseköğretim

kalite ve akreditasyon sürecinin bir parçası olan internet görünürlüğünün, üniversitenin kurumsal görünürlüğünü de olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Dünya çapında isim yapmış üniversiteler incelendiğinde bu üniversitelerin, eğitim öğretim faaliyetlerinde ölçme-izleme çalışmalarını standart hale getirdikleri, kalite birimlerinin kurulduğu, akredite oldukları, dünya ölçeğinde tanınırlıklarının ve saygınlıklarının yüksek olduğu bilinmektedir. Bu durum kalite sürecinin işlerliğiyle doğrudan ilişkilidir.

Kalite sürecini etkileyen kurumsal dış değerlendirme toplantılarında kuruma ilişkin kanıtların değerlendirildiği belirtilmiştir. Bu kapsamda Bartın Üniversitesi'nde 2019 yılı Kurumsal Dış Değerlendirme Programı kapsamında yapılan toplantı için bir "Kanit Rehberi" hazırlanmıştır (Şekil 7). Bu rehberin içeriği oluşturulurken Bölümümüz web sayfası ile sosyal medya hesaplarında yer alan haberler, duyurular ve etkinlikler önemli birer kaynak olmuştur.



**Şekil 7.** Üniversite 2019 yılı Kurumsal Dış Değerlendirme toplantısı ve hazırlanan kanıt rehberi.

İnternet görünürlüğünün önemli parçalarından biri olan web sayfaları için içerik, tasarımdan daha önemli iken; çağımızda bilgi edinmenin ve hızlı haberdar olmanın en kısa yolu haline gelen sosyal medya, görsel materyale dayalıdır. Kullanıcılar web sayfalarını öncelikli olarak içeriklerindeki zenginlik

için ziyaret ederken; sosyal medyada materyalin sunumu ziyaretçiler için daha önemlidir.

Sosyal medya; görsel materyale dayalı olduğu için akılda kalıcılığı yüksek bir iletişim aracıdır. Kurumsal web sayfası ve sosyal medya hesaplarına ait istatistikler kıyaslandığında, sosyal medyanın bilgiyi yaygınlaştırma oranı web sayfasına göre daha fazladır. Bu nedenle uzun bir zamandır kullanımı süregelen kurumsal web sayfalarının yanı sıra yükseköğretim kurumlarına ait sosyal medya hesaplarının oluşturulması, bu hesapların aktif bir şekilde kullanılarak güncel tutulması ve bu hesaplar ile web sayfasının birbiriyle bütünleşik olarak yönetilmesi gerekmektedir. Bu yolla, kurumsal web sayfaları ve sosyal medya hesaplarının birbirlerine ait bağlantıları paylaşmaları, Koopmans ve Zimmermann'ın (2007) belirttiği gibi sayfaların arama motorları tarafından daha kolay bulunup indekslenmesini ve arama sonuç sayfalarında üst sıralarda çıkmasını mümkün kılmaktadır.

Kurumsal sosyal medya hesapları, tüzel-özel kişiler ve yükseköğretim kurumları arası işbirliği ve etkileşimi arttırmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015). Kurumlar, sosyal medya üzerinden paydaşlarının dilek ve şikâyetleri ile memnuniyet düzeylerini saptayabilmekte ve buna yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu noktada sosyal medya araçlarının doğru ve aktif bir şekilde kullanılması önemlidir (Aydın, 2015).

Üniversiteler hedef kitleleriyle etkileşimli bir ortam olan internet üzerinden hızlı ve etkin bir biçimde iletişime geçebilmektedir. İçerik ile uygun resim, animasyon, grafik, tablo, video vb. görsel araçların kullanılması algılanabilirliği ve akılda kalıcılığı arttırmaktadır. Bu sayede, kurumsal web sayfaları ve kurumlara ait sosyal medya hesapları, kurumların tanıtımında, kurum kimliği (Aydın, 2015; Koçer, 2017) ve kurum imajının yansıtılmasında etkili olmaktadır (Aydın, 2015; Kekeç Morkoç ve Doğan, 2014).

Bu bağlamda, göz önünde bulundurulması ve dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıda belirtilmiştir:

- Üniversite akademik personeline ait kişisel web sayfalarının bulunması internet görünürlüğünün

arttırılmasında önem taşıyan bir başka etkidir. Bu sayfaların güncel olması, özellikle gelişmekte olan üniversiteleri olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle, kişisel web sayfalarında, ücretsiz erişime açık her türlü ders materyalleri ve bilimsel çalışmalar yer almalıdır.

- Üniversiteye ait altyapı hizmetleri aracılığıyla akademik personelin dersleriyle ilgili tüm bilgi ve duyurularının paylaşılabilir olması üniversitenin ve bölüm sayfalarının internet görünürlüğünü olumlu yönde etkileyecektir. Bunun için Ankara Üniversitesi'ne ait "Açık Arşiv" ve İstanbul Teknik Üniversitesi'ne ait "Ninova" vb. örneklerde olduğu gibi veri tabanlarının oluşturulması gerekmektedir.

- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'ne (ÖSYM) ait sınavlarda aday öğrencilerin üniversite tercihlerinde ve yurtiçi-yurtdışı öğrenci/akademisyen değişim programlarında da aday üzerinde güven sağlaması bakımından özellikle üniversitelere ait kurumsal web sayfalarının etkili olduğu görülmektedir. Bu nedenle, sayfalarda yer alan bilgilerin güncel olması gerekmektedir.

- Günümüzde tüm üniversitelerde mezun bilgi sistemleri oluşturulmakta ve mezunlarla olan iletişim internet ortamında da sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu, o üniversitenin kurumsal web sayfasının internet görünürlüğünü arttıracığından her öğrencinin mezun olduğu üniversiteye ait Mezun Bilgi Sistemi'ne kayıt olması ve aktif bir şekilde kullanması sağlanmalıdır.

- Bir web sayfasının kullanıcılar tarafından ziyaret edilme sayısının arttırılması için farklı yöntemler kullanılabilir. Hızlı erişim sekmesi ile ilgili sayfalara bağlantı vererek o sayfanın görünürlüğü arttırılabilir. Bu doğrultuda sosyal medya hesapları üzerinden verilecek bağlantılar/erişim adresleri ile kurumsal web sayfasında yer alan ilgili haber, etkinlik ve/veya duyurulara ait detaylı bilgiye ulaşılabilir. Böylece sosyal medya hesapları ve kurumsal web sayfaları birbirleri paralel gitmelidir.

Yükseköğretimde kalite sürecine yönelik yapılan çalışmalar içerisinde internet görünürlüğü, yeteri kadar dikkate alınmamaktadır. Ancak; internet

görünürlüğü, dijitalleşmenin artmasına ve sanal ortamda görünürlüğün önem kazanmasına bağlı olarak ele alınması gereken önemli bir konudur. Çalışma kapsamında ele alınan örnek üzerinden genel bir değerlendirme yapıldığında; Peyzaj Mimarlığı Akreditasyon Çalışmayı yaklaşık 200 kişilik bir katılımı gerçekleştirilmesine rağmen çalışmaya ait tanıtım videosunun yayınlandığı tarihten itibaren yaklaşık 11 bin kişiye ulaştığı tespit edilmiştir. Bu durum, görsel teknolojinin ve dolayısıyla görünürlüğün önemini vurgulamaktadır.

### Kaynaklar

- Aktan, C. C., Gencil, U. (2010). Yükseköğretimde akreditasyon. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), ISSN: 1309 -8039 (Online), 137-155.
- Aydın, A. F. (2015). Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Medyaya İlişkin Bir Değerlendirme. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 5(1), 77-92.
- Çabuk, S. N. (2018). Peyzaj Mimarlığı Eğitiminde Kalite Yönetimi ve Akreditasyon. Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi, 1(1), 9-19.
- Delen, E., Abdüsselam, M. (2015). Eğitim Fakültesi Web Sitelerinin İşlevselliklerinin İncelenmesi: Sorunlar ve Öneriler. Sakarya University Journal of Education, 5(2), 158-173.
- ENQA (2007). Standards and guidelines for quality assurance in the European higher education area. Helsinki: ENQA.
- ENQA (2008). Quality procedures in the European higher education area and beyond: Second ENQA survey. Helsinki: ENQA.
- Gencil, U. (2001). Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(3), 164-218.
- Gültepe, Y., Zhumangaliyevna, M. Z., Kalaman, Y. (2014). Üniversite Sıralama Sistemleri: Batı Karadeniz Üniversiteleri için Analiz Örneği. XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 5 - 7 Şubat 2014 Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye, s. 623-630.

- Hämäläinen, K., Jakku-Sihvonen, R. (2000). More quality to the quality policy of education. Helsinki: National Board of Education.
- Kekeç Morkoç, D., Doğan, M. (2014). Üniversite "Web" Sitelerinin Tanıtım Amaçlı Kullanımı: Üniversitelerin Turizm Bölümleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(1), 56-66.
- Koçer, S. (2017). Kurumsal Web Sitelerinin Kurum Kimliği Açısından İncelenmesi: En Çok Tercih Edilen Üniversiteler Üzerine Bir Analiz, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53), 756-772.
- Koopmans, R., Zimmermann, A. (2007). Visibility and Communication Networks on the Internet: The Role of Search Engines and Hyperlinks. *A European Public Sphere: How much of it do we have and how much do we need?* Editors: Claes de Vreese, Hermann Schmitt, Chapter 7, (2), University of Mannheim, Mannheim, 213-264.
- Nielsen, J. (1999). User interface directions for the web. *Communications of the ACM*, 42(1), 65-72.  
DOI:<https://doi.org/10.1145/291469.291470>.
- Özer, M. Gür, B.S., Küçükcan, T. (2010). *Yükseköğretimde Kalite Güvencesi*, Ankara: SETA Yayınları, 112 s.
- Özer, M., Gür, B. S., Küçükcan, T. (2011). Kalite Güvencesi: Türkiye Yükseköğretimi İçin Stratejik Tercihler, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science*, 1(2), 59-65.
- Öztürk, M. F., Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Resmi Gazete (2018). Yükseköğretim Kalite Güvencesi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu Yönetmeliği, Sayı: 30604. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/11/20181123-16.htm>, (23.11.2018).
- Richards, J. T., Hanson, V. L. (2004). Web Accessibility: A Broader View. In: *Proceedings of the 13th International Conference on World Wide Web*, 72-79.
- Sağiroğlu, Ş., Orhan, E., Güllü, A., Tataroğlu, A., Karasu Benli, A. Ç., Yücel Işıldar, A. G., Udum, Y. (2015). Lisansüstü Eğitimde Akreditasyon Raporu. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 89 s.
- Süngü, H., Bayrakçı, M. (2010). Bolonya Süreci Sonrası Yükseköğretimde Akreditasyon Çalışmaları, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi (Güz)*, 8(4), 895-912.
- Tezsürücü D., Aybarç Bursalıoğlu, S. (2013). Yükseköğretimde Değişim: Kalite Arayışları, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi/KSU Journal of Social Sciences*, 10(2), 97-108.
- URL-1 (2020). <https://yokak.gov.tr/akreditasyon-kuruluslari/akreditasyon-kuruluslari-nedir>, (20.02.2020).
- URL-2 (2019). Bartın Üniversitesi Otomasyon Sistemi. <https://otomasyon.bartın.edu.tr/oturum-ac/?u=/>, (03.12.2019).
- YÖK (2017). Kurumsal Dış Değerlendirme Kılavuzu. [https://yokak.gov.tr/Common/Docs/Site\\_degerlendirme\\_prog\\_doc/kurumsal\\_dis\\_degerlendirme\\_kilavuzu\\_1.2.pdf](https://yokak.gov.tr/Common/Docs/Site_degerlendirme_prog_doc/kurumsal_dis_degerlendirme_kilavuzu_1.2.pdf), (01.12.2019).