

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Πάτρα)



Τίτλος εργασίας :Κατασκευή Ηλεκτρονικού καταστήματος με την χρήση Wordpress.

**Πτυχιακή Εργασία των: Μουκές Κουμάρ
Βασιλική Γκολώνη
Βασιλική Μουντάκη**

Επιβλέπων: Δημήτρης Παπαδόπουλος

ΠΑΤΡΑ, Μάιος 2017

Πρόλογος

Με την είσοδο του ηλεκτρονικού επιχειρείν στην αγορά προκλήθηκαν αρκετές αλλαγές που επηρέασαν τους εμπόρους, το εμπόριο και τους καταναλωτές. Ύστερα από αυτήν την είσοδο η αγορά στην οποία ενεργούν και αναπτύσσονται είναι τεράστια, καθώς οι εξελίξεις και οι αλλαγές ήταν κατατρεχτικές. Η πτυχιακή μας εργασία έχει ως στόχο να αναφέρει ζητήματα που έχουν σχέση με το ηλεκτρονικό επιχειρείν αλλά και να βοηθήσει τους αναγνώστες της να μάθουν να κατασκευάζουν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με την βοήθεια του wordpress χωρίς να έχουν κάποιες γνώσεις από γλώσσες προγραμματισμού. Η πτυχιακή μας έχει διαιρεθεί σε 3 μέρη. Στο πρώτο μέρος αναφέρονται τα θεωρητικά κομμάτια σε σχέση με το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Στο δεύτερο μέρος αναφέρονται τα βήματα για την εγκατάσταση του wordpress. Τέλος στο τρίτο μέρος μπορούμε να παρακολουθήσουμε την ολοκληρωμένη πλατφόρμα wordpress που δημιουργήσαμε. Με αυτόν τον τρόπο οι αναγνώστες της πτυχιακής μας εργασία θα έχουν μια ιδέα για τα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Περίληψη

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ασχολείται με την μελέτη και την κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος.Υλοποιήθηκε από τους φοιτητές Κουμάρ Μουκές , Μουντάκη Βασιλική και Γκολώνη Βασιλική.Στόχος της εργασίας ο σχεδιασμός και η κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος μέσω του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου wordpress με θέμα την αθλητική ένδυση το οποίο θα είναι κατανοητό και εύχρηστο για τον απλό χρήστη της ιστοσελίδας αλλά και για τον διαχειριστή του καταστήματος.

Τα θέματα που θα αναφερθούν στην εργασία είναι τα παρακάτω:

Αρχικά για το διαδίκτυο και τα δίκτυα των υπολογιστών.

Παρουσιάζονται γενικότερες γνώσεις ως προς τις ιστοσελίδες, τις κατηγορίες τους και τους browsers.

Επίσης, αναφέρεται στο ηλεκτρονικό εμπόριο και πως εξελίσσεται σταδιακά.

Πληροφορίες για τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου(CMS) όπως για την δομή τους, και την λειτουργία τους. Αναφέρονται και τα είδη τους.

Για το ηλεκτρονικό επιχειρείν όπως (μορφή,πλεονεκτήματα,μειονεκτήματα,επιχειρηματικά μοντέλα).

Παρουσιάζονται οι κίνδυνοι του ηλεκτρονικού επιχειρείν, και πως η ιστοσελίδα μπορεί να χρήζει ασφαλής μέσω των συστημάτων ασφαλείας.

Και τέλος,η κατασκευή του ηλεκτρονικού καταστήματος βήμα, από την εγκατάσταση του wordpress ,μέχρι την τελική διαμόρφωση προσθέτοντας προϊόντα.

Δημιουργώντας το εγχειρίδιο αυτό, θα είναι ευκολότερη η δημιουργία του καταστήματος.

Abstract

This diploma thesis deals with the design and construction of an e-shop. It was made by the students Kumar Mukesh, Mountaki Vasiliki and Goloni Vasiliki. This thesis purpose is to design and build an e-shop through the wordpress content management system with the main topic talks about sports clothing . The construction of the e-shop is understandable and easy to use for every single simple user of the website as well as for the store manager. The topics that will be mentioned in the thesis are the following: At first, about the internet and the computer net. It presents the basic notions about web pages, their categories and browsers . Also it is mentioned e-shop and the ways that e-shop it had developed gradually. Information on Content Management Systems (CMS), including their structure and operation. Their species are also mentioned. For e-business such as (form, advantages, disadvantages, business models). It presents the dangers of e-business, and how the website may need to be secure through security systems. And finally, build the e-shop step by step, from the wordpress installation, to the final configuration adding products. By creating this manual, it will be easier to create the store.

Ευχαριστίες

Στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής μας εργασίας θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον κύριο Δ. Παπαδόπουλο που είναι ο επιβλέπων καθηγητής για την εξαιρετική συνεργασία που είχαμε και για τις πολύτιμες συμβουλές που μας παρείχε και λειτούργησαν καταλυτικά στην έκβαση της πτυχιακής μας.

Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους καθηγητές του τμήματός μας για τις γνώσεις που μας πρόσφεραν και που ήταν ιδιαίτερα επικοινωνιακές. Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ και στην βιβλιοθήκη του ΤΕΙ Πατρών που μας βοήθησε να βρούμε τις περισσότερες πληροφορίες.

Εισαγωγή

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας μας είναι η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με την χρήση ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (wordpress). Η εργασία αυτή αποσκοπεί στην εκμάθηση κατασκευής ενός ηλεκτρονικού καταστήματος προσφέροντας ένα χρήσιμο εγχειρίδιο με σκοπό την εγκατάσταση και δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος χωρίς να υπάρχει γνώση ,γλώσσας προγραμματισμού. Επίσης, μαθαίνει ο αναγνώστης πόσο χρήσιμο είναι το ηλεκτρονικό επιχειρείν στην σημερινή εποχή.

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Πρόλογος..... | 1 |
| Περίληψη | 2 |
| Abstract..... | 3 |
| Ευχαριστίες..... | 4 |
| Εισαγωγή..... | 5 |
| Περιεχόμενα | 6 |
| Κεφάλαιο 1 – Δίκτυο Διαδίκτυο Παγκόσμιος Ιστός..... | 9 |
| 1.1 Δίκτυο Υπολογιστών | 9 |
| 1.1.1 Σκοπός Δικτύου | 9 |
| 1.1.2 Αρχιτεκτονική Δικτύου | 9 |
| 1.1.3 Είδη Δικτύων | 10 |
| 1.2 Διαδίκτυο (Internet) | 11 |
| 1.2.1 Υπηρεσίες Διαδικτύου | 12 |
| 1.2.2 Κίνδυνοι στο Διαδίκτυο | 12 |
| 1.3 Παγκόσμιος Ιστός..... | 13 |
| Κεφάλαιο 2 – Ιστοσελίδα | 14 |
| 2.1 Η Ιστοσελίδα | 14 |
| 2.2 Κατηγορίες Ιστοσελίδων..... | 14 |
| 2.2.1 Στατική Ιστοσελίδα..... | 14 |
| 2.2.2 Δυναμική Ιστοσελίδα..... | 15 |
| 2.2.3 Διαφορές Στατικών – Δυναμικών Ιστοσελίδων | 15 |
| 2.3 Φυλλομετρητής Ιστοσελίδων | 16 |
| 2.4 Εξυπηρετητής Ιστού | 16 |
| 2.4.1 Apache | 17 |
| Κεφάλαιο 3 – Ηλεκτρονικό Εμπόριο..... | 18 |
| 3.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου..... | 18 |
| 3.2 Εξέλιξη Ηλεκτρονικού Εμπορίου..... | 18 |

| | |
|--|----|
| 3.3 Είδη και μέσα Ηλεκτρονικού Εμπορίου | 21 |
| 3.3.1 Business to Business (B2B)..... | 21 |
| 3.3.2 Business to Government (B2G) | 21 |
| 3.3.3 Consumer to Government (C2G)..... | 21 |
| 3.3.4 Business to Consumer (B2C) | 21 |
| 3.4 Αντίκτυπο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις αγορές..... | 22 |
| Κεφάλαιο 4 – Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου | 23 |
| 4.1 Τι είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου | 23 |
| 4.2 Δομή ενός συστήματος διαχείρισης δεδομένων..... | 23 |
| 4.3 Λειτουργία συστημάτων διαχείρισης περιεχομένων (CMS) | 24 |
| 4.4 Τα μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου (CMS) | 25 |
| 4.5 Τα είδη συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου (CMS) | 26 |
| 4.5.1 JOOMLA | 27 |
| 4.5.2 WORDPRESS..... | 28 |
| 4.5.3 DJANGO..... | 29 |
| 4.5.4 DRUPAL | 30 |
| 4.6 HTML (HyperText Markup Language) | 31 |
| 4.7 CSS (Cascading Style Sheets)..... | 31 |
| 4.8 MYSQL..... | 31 |
| 4.9 PHP | 32 |
| 4.10 XML (Extensible Markup Language) | 32 |
| 4.11 WEB CMS | 33 |
| 4.12 AJAX (Asynchronous JavaScript And XML)..... | 33 |
| 4.13 JavaScript | 33 |
| Κεφάλαιο 5: Ασφάλεια στο ηλεκτρονικό επιχειρείν. | 35 |
| 5.1 Κίνδυνοι του ηλεκτρονικού επιχειρείν..... | 35 |
| 5.2 Ασφάλεια | 35 |
| 5.3 Απαιτήσεις ασφάλειας | 36 |
| 5.4 Τεχνολογίες Ασφάλειας..... | 37 |
| 5.5 Κρυπτογραφία..... | 37 |
| 5.6 Στοιχεία Κρυπτογραφίας | 37 |
| 5.7 Ψηφιακές υπογραφές | 38 |
| 5.8 Ψηφιακά Πιστοποιητικά..... | 38 |
| 5.9 Πρωτόκολλο SET | 38 |
| 5.10 Firewalls – Φράγματα Ασφαλείας..... | 39 |

| | |
|---|-----|
| Κεφάλαιο 6 – Ηλεκτρονικό κατάστημα..... | 40 |
| 6.1 Εισαγωγή | 40 |
| 6.2 Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού καταστήματος..... | 40 |
| 6.3 Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού καταστήματος | 40 |
| 6.4 Σύγκριση ηλεκτρονικού – παραδοσιακού καταστήματος..... | 41 |
| 6.5 Προσέγγιση του ηλεκτρονικού καταστήματος | 41 |
| 6.6 Πληροφορίες για την επιχείρηση | 43 |
| 6.7 Κανάλια επικοινωνίας | 43 |
| 6.8 Πολιτική ασφάλειας | 44 |
| 6.9 Λειτουργικά μέρη του καταστήματος | 44 |
| 6.10 Τρόποι προώθησης ηλεκτρονικών καταστημάτων στο διαδίκτυο | 48 |
| Κεφάλαιο 7 –Εγκατάσταση του wordpress και κατασκευή καταστήματος..... | 49 |
| 7.1 Wordpress..... | 49 |
| 7.2Εγκατάσταση του wampserver | 50 |
| WampServer | 50 |
| 7.3Βάσεις Δεδομένων | 60 |
| 7.4 Σύστημα Διαχείρισης Δεδομένων | 60 |
| 7.5 Τι είναι PhpMyadmin..... | 61 |
| 7.6 Δυνατότητες του PhpMyadmin..... | 61 |
| 7.7Εγκατάσταση του wordpress | 64 |
| 7.8 Βήματα..... | 70 |
| Κεφάλαιο 8 – Παρουσίαση καταστήματος | 144 |
| 8.1 Περιήγηση στο κατάστημα μας | 144 |
| 8.2 Προβλήματα κατά την δημιουργία του καταστήματος. | 155 |
| 8.3 Μεταφορά του WordPress site, από το wamp στον Server | 156 |
| Συμπεράσματα | 157 |
| Βιβλιογραφία..... | 158 |
| Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία | 158 |
| Ελληνική Βιβλιογραφία..... | 159 |
| Ξένη βιβλιογραφία | 159 |

Κεφάλαιο 1 – Δίκτυο Διαδίκτυο Παγκόσμιος Ιστός

1.1 Δίκτυο Υπολογιστών

Δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών ή πιο απλά δίκτυο ονομάζεται ένα σύνολο από συσκευές όπως υπολογιστές, τερματικά κτλ. οι οποίες είναι συνδεδεμένες μεταξύ τους μέσω καναλιών επικοινωνίας τα οποία έχουν την δυνατότητα να παράγουν, να στέλνουν και να λαμβάνουν πληροφορίες.

1.1.1 Σκοπός Δικτύου

Σκοπός των δικτύων είναι η μεταβίβαση πληροφοριών από ένα σημείο του χώρου το οποίο ονομάζεται πομπός σε ένα άλλο σημείο του χώρου το οποίο ονομάζεται δέκτης, με την βοήθεια της διάδοσης της ηλεκτρικής ενέργειας ή του ηλεκτρικού ρεύματος. Η ανάπτυξη των δικτύων ξεκίνησε την δεκαετία του 1950 κυρίως για τα αμυντικά συστήματα όπως τα ραντάρ ενώ τις επόμενες δεκαετίες υπήρξε μια εκθετική αύξηση στην ανάγκη ανάπτυξης δικτύων λόγω της δημιουργίας και ευρείας χρήσεως ηλεκτρονικών υπολογιστών (π.χ η λειτουργία των συστημάτων κράτησης θέσεων στις αεροπορικές εταιρείες την δεκαετία του 1960 καθώς και τα ακαδημαϊκά δίκτυα υπολογιστών τις δεκαετίες 1970-1980).

Στις μέρες μας τα δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελούν ένα σημαντικό μέρος των υπηρεσιών της κοινωνίας μας καθώς υπάρχει η ανάγκη για άμεση προσπέλαση τεράστιων όγκων δεδομένων και συσκευών όπως σκληροί δίσκοι, εκτυπωτές κτλ, από οποιοδήποτε χρήστη ο οποίος είναι συνδεδεμένος στο ίδιο δίκτυο με τις συσκευές αυτές, ανεξάρτητα από την φυσική θέση του χρήστη.

(Μπούρας, Δίκτυα Δημόσιας Χρήσης και Διασύνδεσης Δικτύων)

1.1.2 Αρχιτεκτονική Δικτύου

Την αρχιτεκτονική των δικτύων την αποτελούν τα επίπεδα δικτύων και τα πρωτόκολλα.

Το πρωτόκολλο είναι το σύνολο των κανόνων που διέπουν μια επικοινωνία ενώ το επίπεδο είναι το λογικό τμήμα που αναλαμβάνει την διεκπεραίωση των διαδικασιών που χρειάζονται για να επιτευχθεί μία επικοινωνία.

Ένα κοινό δίκτυο δεδομένων περιλαμβάνει τα παρακάτω:

- a) Τερματικοί κόμβοι οι οποίοι πραγματοποιούν τον έλεγχο στους πόρους του δικτύου
- b) Υπο-δίκτυα τα οποία είναι τα φυσικά μέσα μετάδοσης όπως είναι τα πρωτόκολλα επικοινωνίας, η τοπολογία του δικτιού, οι τερματικοί κόμβοι.
- c) Συσκευές Διασύνδεσης όπως είναι οι δρομολογητές οι οποίοι εξασφαλίζουν την επικοινωνία μεταξύ τερματικών κόμβων οι οποίοι βρίσκονται σε διαφορετικά υπο-δίκτυα.

Για την σχεδίαση της αρχιτεκτονικής ενός δικτύου πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα παρακάτω:

- a) η Διευθυνσιοδότηση
- b) ο Έλεγχος Λαθών
- c) ο Έλεγχος Ροής
- d) η Πολυπλεξία
- e) η Δρομολόγηση

Για την αρχιτεκτονική των δικτύων έχουν προταθεί διάφορα πρότυπα μοντέλα, τα επικρατέστερα από αυτά είναι τα ISO-OSI και TCP/IP.

Το ISO-OSI αναπτύχθηκε από το διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (ISO) το 1977 ως πρότυπο διασύνδεσης ανοιχτών συστημάτων. Χάρι στο μοντέλο αυτό γίνεται δυνατή η επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών υπολογιστικών συστημάτων του εμπορίου, καθώς αποτελεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινούνται οι τυποποιήσεις για την επίλυση των προβλημάτων τα οποία συναντώνται στις επικοινωνίες των διάφορων υπολογιστικών συστημάτων.

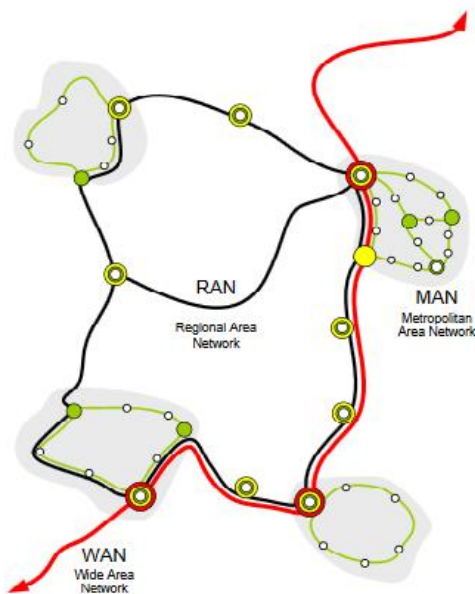
Το πρότυπο TCP/IP είναι άμεσα συνδεδεμένο με το διαδίκτυο. Το βασικό πλεονέκτημα αυτής της αρχιτεκτονικής είναι πως παραμένει η διατήρηση του δικτύου ακόμα και όταν ένας ή και περισσότεροι κόμβοι καταρρεύσουν.

1.1.3 Είδη Δικτύων

Τα δίκτυα διακρίνονται με τρία κύρια κριτήρια την γεωγραφική ανάπτυξή τους, τον φορέα εξυπηρέτησης και το μέσω μετάδοσης της πληροφορίας.

- Με βάση την γεωγραφική ανάπτυξη διακρίνονται σε :
 - a) Wide Area Network (Δίκτυα Ευρείας Περιοχής): πρόκειται για δίκτυα εθνικού ή υπερεθνικού επιπέδου τα οποία συνήθως έχουν τη μορφή αραιού πλέγματος με κόμβους μέσα σε μεγάλα αστικά κέντρα.
 - b) Regional Area Network: πρόκειται για δίκτυα τα οποία εκτείνονται σε επίπεδο μιας διοικητικής περιφέρειας σε και είναι σε μορφή πυκνότερου πλέγματος ή διασυνδεδεμένων δακτυλίων.
 - c) Metropolitan Area Network: πρόκειται για δίκτυα τα οποία εξυπηρετούν μεγάλα αστικά κέντρα, ή ένα σύνολο μικρότερων δήμων και συνήθως έχουν τη μορφή ενός ή πολλαπλών δακτυλίων.
 - d) Local Area Network: πρόκειται για δίκτυα τα οποία εκτείνονται σε ένα κτήριο ή ένα συγκρότημα κτηρίων.

(Μπούρας, Δίκτυα Δημόσιας Χρήσης και Διασύνδεσης Δικτύων)



Εικόνα 1: Παράδειγμα Ιεραρχίας Δικτύων

- Με βάση τον φορέα εξυπηρέτησης διακρίνονται σε :
 - a) Ιδιωτικά Δίκτυα : δίκτυα τα οποία ανήκουν σε ιδιωτικούς οργανισμούς οι οποίοι δεν μοιράζονται με άλλους χρήστες τις γραμμές επικοινωνίας τους είτε είναι γραμμές δημόσιων τηλεπικοινωνιακών φορέων είτε ιδιωτικές γραμμές επικοινωνίας.
 - b) Δημόσια Δίκτυα : τα οποία χρησιμοποιούνται όταν η απόσταση είναι πολύ μεγάλη και για αυτό τον λόγο γίνεται απαγορευτική λόγω κόστους η χρήση αποκλειστικών γραμμών.

- Με βάση το μέσο μετάδοσης της πληροφορίας διακρίνονται σε :
 - a) Ενσύρματα Δίκτυα : δίκτυα στα οποία η μετάδοση της πληροφορίας γίνεται μέσω καλωδίων συνεστραμμένου ζεύγους, ομοαξονικά καλώδια, οπτικές ίνες κτλ.
 - b) Ασύρματα Δίκτυα : δίκτυα στα οποία η μετάδοση της πληροφορίας γίνεται μέσω του αέρα.

1.2 Διαδίκτυο (Internet)

Το Διαδίκτυο αποτελείται από ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων, το οποίο έχει σαν σκοπό την εξυπηρέτηση χρηστών οι οποίοι βρίσκονται σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι χρήστες αυτοί μέσω του Διαδικτύου έχουν την δυνατότητα να ανταλλάζουν δεδομένα μεταξύ τους σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και αν είναι. Το Διαδίκτυο βασίζεται στην τεχνολογία του, στην διασύνδεση πολλών μικρότερων δικτύων μεταξύ τους, τα οποία χρησιμοποιούν πολυάριθμα πρωτόκολλα επικοινωνίας

Η σύνδεση στο Διαδίκτυο είναι δυνατή μέσω τηλεπικοινωνιακών καλωδίων ή ασύρματα μέσω δορυφορικών κεραιών και γραμμών κινητής τηλεφωνίας. Στις μέρες μας η σύνδεση στο Διαδίκτυο είναι δυνατή, εκτός από τους υπολογιστές, για τα κινητά τηλέφωνα, τις τηλεοράσεις καθώς και για ένα μεγάλο πλήθος συσκευών που ανήκουν στο τομέα του Internet of things.

1.2.1 Υπηρεσίες Διαδικτύου

Στις μέρες μας ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής δεν αποτελεί μόνο μια υπολογιστική μηχανή η οποία χρησιμοποιείται αποκλειστικά για δουλεία ή έρευνα. Αντιθέτως ένας υπολογιστής πλέον χρησιμοποιείται ως μέσο επικοινωνίας και αυτό έχει επιτευχθεί με την ανάπτυξη του Διαδικτύου και την εκμετάλλευση των υπηρεσιών που προσφέρει στους χρήστες του. Μερικές από τις υπηρεσίες που προσφέρει το Διαδίκτυο αναλύονται παρακάτω;

- a) Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο : με την χρήση αυτής της υπηρεσίας οι χρήστες μπορούν να στείλουν και να λάβουν ηλεκτρονικά γράμματα από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου σε ένα άλλο. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αποστέλλεται στον παραλήπτη άμεσα και με μηδενικό χρόνο κάτι που το κάνει να υπερέχει του παραδοσιακού ταχυδρομείου και αυτοί είναι οι λόγοι που ολοένα και περισσότερες χώρες το χρησιμοποιούν σε καθημερινή βάση.
- b) Συνομιλία : με την χρήση αυτής της υπηρεσίας οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν άμεσα με άλλους χρήστες χωρίς να σκέφτονται την απόσταση ή το κόστος.
- c) Τηλεδιάσκεψη : αυτή την υπηρεσία την χρησιμοποιούσαν κυρίως επιχειρήσεις για να καταφέρουν να συνομιλήσουν την ίδια στιγμή διάφορα στελέχη από πολλά διαφορετικά μέρη του κόσμου. Με αυτή την υπηρεσία είναι δυνατή η μετάδοση ήχου και εικόνας από ένα χρήστη σε πολλούς και το αντίστροφο. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου όμως είναι πλέον μια υπηρεσία που χρησιμοποιούν όλο και περισσότεροι κοινού χρήστες.
- d) Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αυτή η υπηρεσία άλλαξε τον τρόπο αγορών και πωλήσεων καθώς πλέον μέσα από το Διαδίκτυο ο κάθε χρήστης μπορεί να αγοράσει ότι επιθυμεί από το σπίτι του χωρίς να ξοδεύει χρόνο στις μετακινήσεις. Μεγάλες πολυεθνικές δαπανούν τεράστια ποσά για να κάνουν το ηλεκτρονικό τους κατάστημα προσιτό προς τους χρήστες καθώς και για τις διαφημίσεις του ηλεκτρονικού τους καταστήματος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter).

(Μπούρας, Δίκτυα Δημόσιας Χρήσης και Διασύνδεσης Δικτύων)

1.2.2 Κίνδυνοι στο Διαδίκτυο

Παρόλο που όπως είδαμε παραπάνω το Διαδίκτυο είναι ένα δυνατό εργαλείο στα χέρια μας, πρέπει να γίνει κατανοητό πως αν δεν το χρησιμοποιούμε σωστά μπορεί να εγκυμονεί κινδύνους. Παρακάτω θα αναλύσουμε τους κυριότερους κινδύνους του Διαδικτύου με σκοπό την έγκαιρη διάγνωσή τους και την αντιμετώπισή τους.

Οι σημαντικότεροι κίνδυνοι που εμπεριέχονται στο Διαδίκτυο είναι :

- a) Ακατάλληλο Περιεχόμενο: πρόκειται για περιεχόμενο το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει ρατσιστικό περιεχόμενο, προώθηση τυχερών παιχνιδιών, προώθηση πορνογραφικού υλικού κ.α.
- b) Ανεπιθύμητα Μηνύματα: πρόκειται για μηνύματα τα οποία αποστέλλονται ταυτόχρονα σε μεγάλο αριθμό παραληπτών και τα οποία ο χρήστης δεν θα επέλεγε να διαβάσει.
- c) Εθισμός: πρόκειται για την κατάσταση κατά την οποία ο χρήστης ασχολείται με τις διαδικτυακές του δραστηριότητες για υπερβολικά μεγάλο χρονικό διάστημα.

- d) Ιοί: πρόκειται για κακόβουλα προγράμματα τα οποία εγκαθίστανται στον υπολογιστή του χρήστη παρά την θέλησή του και είναι ικανά να πραγματοποιούν ενέργειες οι οποίες είναι επιβλαβές για τον χρήστη.
- e) Παραπληροφόρηση: πρόκειται για την περίπτωση κατά την οποία παρουσιάζονται διάφορες ψευδείς ή τροποποιημένες πληροφορίες σε διάφορες ιστοσελίδες του διαδικτύου που σκοπό έχουν να οδηγηθεί ο χρήστης σε εσφαλμένα συμπεράσματα.
- f) Υποκλοπή Προσωπικών Δεδομένων: πρόκειται για την περίπτωση κατά την οποία εξαπατάται ο χρήστης με σκοπό την καταγραφή των προσωπικών του δεδομένων σε μία ψεύτικη ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

1.3 Παγκόσμιος Ιστός

Ο Παγκόσμιος Ιστός είναι η δημοφιλέστερη υπηρεσία του διαδικτύου και σε αντίθεση με το διαδίκτυο το οποίο έχει υλική υπόσταση (καλώδια, δρομολογητές, τερματικά κ.α.), ο Παγκόσμιος Ιστός δεν έχει υλική υπόσταση καθώς αποτελείται μόνο από πακέτα πληροφορίας. Ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελείται από μια τεράστια συλλογή από ψηφιακά έγγραφα (τις ιστοσελίδες), οι οποίες βρίσκονται αποθηκευμένες σε υπολογιστές του Διαδικτύου.

Η βασική λειτουργία του Παγκόσμιου Ιστού είναι η διασύνδεση πολλών μη ιεραρχημένων στοιχείων με σκοπό την δημιουργία υπερκειμένων. Τα παραπάνω μη ιεραρχημένα στοιχεία μπορούν να έχουν διάφορες μορφές πληροφορίας όπως απλό γραπτό κείμενο, εικόνας, ήχου ή ακόμα και βίντεο. Η διαδικασία κατά την οποία γίνεται η προσπέλαση της πληροφορίας που βρίσκεται σε μία ιστοσελίδα είναι η ακόλουθη. Πρώτα πρέπει να γνωρίζουμε την διεύθυνση την ιστοσελίδα, καθώς κάθε ιστοσελίδα στον Παγκόσμιο Ιστό έχει την δική της προσωπική διεύθυνση. Έπειτα γίνεται η μεταφορά της πληροφορίας από τον υπολογιστή στον οποίο είναι αποθηκευμένη, στον υπολογιστή μας.

Η παραπάνω προσωπική διεύθυνση της κάθε ιστοσελίδας στον Παγκόσμιο Ιστό ονομάζεται URL από τα αρχικά Uniform Resource Locator που σημαίνει Ενιαίος Προσδιοριστής Πόρου. Ο Ενιαίος Προσδιοριστής Πόρου είναι μοναδικός για κάθε ιστοσελίδα και έχει την ακόλουθη μορφή: <http://www.internet.com> όπου το :

http: αποτελούν το σύνολο των κανόνων στους οποίους υπακούει το λογισμικό πλοήγησης

www: είναι τα αρχικά για το World Wide Web και με αυτό δηλώνεται ότι η ιστοσελίδα βρίσκεται στον Παγκόσμιο Ιστό

internet: είναι ένα σχετικό όνομα με την πληροφορία που παρέχει η ιστοσελίδα και το διαλέγει συνήθως ο ιδιοκτήτης της ιστοσελίδας

com: πρόκειται για την κατάληξη της διεύθυνσης και δηλώνει είτε την χώρα (πχ gr για την Ελλάδα, uk για το Ηνωμένο Βασίλειο κ.α.) στην οποία ανήκει η ιστοσελίδα είτε τον τύπο της ιστοσελίδας (πχ com χρησιμοποιούν οι εταιρείες ενώ org χρησιμοποιούν οι οργανισμοί κ.α.).

(Μπούρας, Δίκτυα Δημόσιας Χρήσης και Διασύνδεσης Δικτύων)

Κεφάλαιο 2 – Ιστοσελίδα

2.1 Η Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα αποτελεί ένα είδος εγγράφου το οποίο βρίσκεται στον Παγκόσμιο Ιστό και περιλαμβάνει πληροφορίες υπό την μορφή κειμένου, υπερκειμένου, ήχου, εικόνας και βίντεο. Πολλές ιστοσελίδες μαζί συνθέτουν έναν ιστότοπο. Ένα κύριο πλεονέκτημα των Ιστοσελίδων είναι ότι υπάρχει μεταξύ τους αλληλοσύνδεση και εξαιτίας αυτού δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να μπορεί να μεταβεί με ένα κλικ από την μια ιστοσελίδα στην άλλη. Στις μέρες μας η κατασκευή ιστοσελίδων είναι κάτι το οποίο μπορεί να κάνει και ένας μη εξειδικευμένος χρήστης με τον προγραμματισμό καθώς υπάρχουν αρκετά ελεύθερα προγράμματα και αυτοματοποιημένοι μηχανισμοί ιστοσελίδων που επιτρέπουν σε απλούς χρήστες εύκολα και γρήγορα να δημιουργήσουν την δική τους προσωπική ιστοσελίδα.

(wikipedia, n.d.)

2.2 Κατηγορίες Ιστοσελίδων

Οι Ιστοσελίδες κατηγοριοποιούνται σε δύο μεγάλες κατηγορίες τις Στατικές Ιστοσελίδες (Static Web Pages) και τις Δυναμικές Ιστοσελίδες (Dynamic Web Pages). Παρακάτω θα γίνει αναλυτική περιγραφή και των δύο βασικών κατηγοριών.

2.2.1 Στατική Ιστοσελίδα

Στατική ονομάζεται μια ιστοσελίδα της οποίας το περιεχόμενο μεταφέρεται στον χρήστη ακριβώς στην μορφή που είναι αποθηκευμένο στον εξυπηρετητή ιστοσελίδων (Web Server). Οι στατικές ιστοσελίδες είναι ουσιαστικά απλά ηλεκτρονικά "έγγραφα". Στις στατικές ιστοσελίδες δεν υπάρχει ανάγκη συχνής ανανέωσης και το περιεχόμενό τους δεν αλλάζουν μετά την αλληλεπίδραση του χρήστη. Για παράδειγμα, μία στατική ιστοσελίδα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την γενική παρουσίαση μιας επιχείρησης καθώς και των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Μπορούν να περιέχουν κείμενα, φωτογραφίες, συνδέσμους, αρχεία.

Οι στατικές ιστοσελίδες χρησιμοποιούν το πρωτόκολλο HTTP το οποίο αναφέρθηκε παραπάνω για να μεταφέρονται και αποθήκευσή τους γίνεται σε μορφή HTML. Ένα από τα βασικότερα πλεονέκτημα των στατικών ιστοσελίδων είναι ότι δεν χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις προγραμματισμού για να τις δημιουργήσεις καθώς και ότι η σελίδα μπορεί να διατίθεται στον φυλλομετρητή χωρίς να μεσολαβήσει κάποιος εξυπηρετητής ιστοσελίδων. Αυτό μπορεί να συμβεί με την χρήση ενός αποθηκευτικού μέσου όπως ένα CD-ROM ή USB.

Το κύριο μειονέκτημά τους είναι ότι δεν είναι πρακτική/βολική η χρήση τους όταν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας χρειάζεται να αλλάζει συχνά, π.χ. τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα να προστίθεται κάποιο άρθρο, ή να αλλάζουν τα προϊόντα κτλ. Αυτό συμβαίνει γιατί για να τροποποιηθεί μια στατική ιστοσελίδα, πρέπει να γίνουν επεμβάσεις απευθείας πάνω στην ιστοσελίδα, με κάποιο ειδικό πρόγραμμα, που όμως χρειάζεται μια σχετική εμπειρία. Σε αυτή την περίπτωση απαιτούνται αυτόματα εργαλεία διαχείρισης.

2.2.2 Δυναμική Ιστοσελίδα

Δυναμική ιστοσελίδα ονομάζεται η ιστοσελίδα η οποία δημιουργείται δυναμικά κατά την στιγμή της πρόσβασης σε αυτή ή κατά την στιγμή που ο χρήστης αλληλοεπιδρά με τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων. Οι δυναμικές ιστοσελίδες, μπορεί στην εμφάνιση, σε αρκετές περιπτώσεις, να μην έχουν μεγάλη διαφορά με τις στατικές, όμως οι δυνατότητές τους είναι πολύ περισσότερες, καθώς στην περίπτωση της δυναμικής ιστοσελίδας, ουσιαστικά πρόκειται για μία εφαρμογή (πρόγραμμα), και όχι ένα απλό ηλεκτρονικό έγγραφο. Με απλά λόγια, με τις δυναμικές ιστοσελίδες μπορούν συγκεκριμένοι χρήστες οι οποίοι ονομάζονται διαχειριστές να προχωρούν σε αλλαγές εύκολα και γρήγορα χρησιμοποιώντας έναν πίνακα διαχείρισης στον οποίο έχουν πρόσβαση μόνο αυτοί. Η έννοια δυναμική πηγάζει από την τεχνολογία με την οποία είναι κατασκευασμένη η ιστοσελίδα.

Συνήθως, οι δυναμικές ιστοσελίδες, χρησιμοποιούν κάποια βάση δεδομένων, στην οποία αποθηκεύονται οι πληροφορίες και απ' όπου αντλούν το περιεχόμενό τους, ανάλογα με το τι ζητάει ο χρήστης σε κάθε του αλληλεπίδραση με την ιστοσελίδα. Η χρήση των βάσεων δεδομένων, είναι αυτή που επιτρέπει την εύκολη προσθαφαίρεση περιεχομένου στις δυναμικές ιστοσελίδες, καθώς δεν απαιτείται από τον διαχειριστή να επεξεργάζεται κάθε φορά την ίδια την ιστοσελίδα, αλλά απλά να διαχειρίζεται έμμεσα το περιεχόμενο στην βάση δεδομένων και οι υπόλοιπες διαδικασίες γίνονται αυτοματοποιημένα από τα αυτόματα εργαλεία διαχείρισης της ιστοσελίδας. Μερικά παραδείγματα Δυναμικών websites αποτελούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (CMS), τα forums, τα blogs κ.ά.

Βασικά πλεονεκτήματα της δυναμικής ιστοσελίδας είναι ότι έχουν την δυνατότητα άμεσης επέμβασης και τροποποίησης του περιεχομένου της από τον διαχειριστή της και επίσης ότι δεν υπάρχουν σχέσεις άμεσης εξάρτησης με κατασκευαστές και εταιρίες κατασκευής ιστοσελίδων. Δεν υπάρχουν περιορισμοί στον όγκο που μπορεί να αποκτήσει ένας ιστότοπος, η εξοικονόμηση πόρων και χρημάτων ακόμη είναι πολύ σημαντικός παράγοντας της χρήσης τους και τέλος υπάρχει διαδεδομένη τεχνογνωσία σε παγκόσμιο επίπεδο. Το βασικό τους μειονέκτημα είναι ότι υπάρχει μεγάλη εξάρτηση λειτουργίας της ιστοσελίδας από πλήθος ιδιοτήτων του διακομιστή στον οποίο πραγματοποιείται η φιλοξενία της ιστοσελίδας. Επίσης δυσκολότερη είναι και η αντιμετώπιση προβλημάτων καθώς και τεχνικών δυσκολιών

(wikipedia, n.d.)

2.2.3 Διαφορές Στατικών – Δυναμικών Ιστοσελίδων

Η βασικότερη διαφορά των δυναμικών ιστοσελίδων έναντι των στατικών είναι ότι στις δυναμικές ιστοσελίδες το περιεχόμενο των πληροφοριών που μπορεί κάποιος να αποθηκεύσει είναι απεριόριστο, ενώ στις στατικές το περιεχόμενο είναι πολύ περιορισμένο. Επίσης, αυτό που προσφέρουν οι δυναμικές ιστοσελίδες, είναι μεγαλύτερη αλληλεπίδραση του χρήστη με την σελίδα όπως για παράδειγμα ο χρήστης μπορεί να προσθέτει τα σχόλια του στην σελίδα, αλλά και πολλές ευκολίες στον διαχειριστή του περιεχομένου της ιστοσελίδας.

Από πλευράς κόστους, σε ότι αφορά το κόστος για την αλλαγή περιεχομένου, η δυναμική ιστοσελίδα είθισται να είναι η φτηνή επιλογή, καθώς είναι πιο απλή εύκολη και γρήγορη κάθε ενέργεια αλλαγής περιεχομένου, ενώ των στατικών είναι αρκετά υψηλό. Σε ότι αφορά το κόστος κατασκευής όμως, τα πράγματα αντιστρέφονται, με τις στατικές ιστοσελίδες να υπερτερούν έναντι των δυναμικών αφού το αρχικό κόστος κατασκευής είναι πολύ μικρότερο ενώ οι

δυναμικές ιστοσελίδες λόγω της μεγάλης πολυπλοκότητάς τους κοστίζουν αρκετά παραπάνω. Υπάρχει βέβαια και η περίπτωση υλοποίησης μιας δυναμικής ιστοσελίδας με την χρήση κάποιας open source εφαρμογής (CMS) η οποία διατίθεται δωρεάν μέσω του διαδικτύου και σε αυτήν την περίπτωση η κατασκευή της ιστοσελίδας μπορεί να έχει μηδενικό κόστος, στην περίπτωση που ο ιδιοκτήτης της ιστοσελίδας είναι και ο κατασκευαστής, ή να υπάρξει κάποια χρέωση αν η εγκατάσταση και η τυχόν παραμετροποίηση της δωρεάν εφαρμογής ανατεθεί σε κάποια εταιρία. Τέλος όσο αφορά την εξέλιξη οι στατικές ιστοσελίδες δεν εξελίσσονται, ενώ οι δυναμικές εξελίσσονται μέρα με την μέρα.

2.3 Φυλλομετρητής Ιστοσελίδων

Πρόκειται για το λογισμικό που επικοινωνεί με τους διακομιστές ιστού (web servers) μέσω του πρωτοκόλλου HTTP. Ο Φυλλομετρητής ή Περιηγητής Ιστού επιτρέπει στον χρήστη την γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε διάφορες ιστοσελίδες, εναλλάσσοντας τις ιστοσελίδες μέσω των υπερσυνδέσμων καθώς είναι δυνατόν τα κείμενα, οι εικόνες, τα βίντεο να περιέχουν υπερσυνδέσμους προς άλλες ιστοσελίδες. Οι φυλλομετρητές χρησιμοποιούν τη γλώσσα μορφοποίησης HTML για να προβάλλουν τις ιστοσελίδες.

Μερικοί από τους πιο δημοφιλείς Φυλλομετρητές είναι οι :

- Mozilla Firefox
- Google Chrome
- Microsoft Edge (Windows Internet Explorer)
- Apple Safari
- Opera

Για κάθε έναν από τους παραπάνω φυλλομετρητές υπάρχουν αρκετά πρόσθετα τα οποία συμβάλλουν στην βελτίωση της χρηστικότητας καθώς και των δυνατοτήτων που δίνουν οι φυλλομετρητές στους χρήστες.

2.4 Εξυπηρετητής Ιστού

Εξυπηρετητής Ιστού ή Διακομιστής ονομάζεται το λογισμικό που τρέχει σε έναν κόμβο του διαδικτύου ή στον υπολογιστή όταν εκτελεί προγράμματα εξυπηρετητές συνεχόμενα και για πολλές ώρες. Οι εξυπηρετήσεις αυτές αφορούν τις αιτήσεις που γίνονται στην εξυπηρετητή από άλλα προγράμματα τα οποία ονομάζονται πελάτες (clients). Ένας από τους δημοφιλέστερους εξυπηρετητές είναι ο Apache που θα τον δούμε αναλυτικά στην παρακάτω.

Οι εξυπηρετητές-προγράμματα που συναντούμε συχνότερα σε περιβάλλον γραφείου είναι οι εξής:

- Εξυπηρετητής αρχείων (file server)
- Εξυπηρετητής αντιγράφων ασφαλείας (backup server)
- Εξυπηρετητής βάσεων δεδομένων (database server)
- Εξυπηρετητής διαμεσολαβητή (proxy server)
- Εξυπηρετητής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mailserver)

- Εξυπηρετητής φαξ (fax server)
- Εξυπηρετητής εκτυπωτών (printer server)
- Οι εξυπηρετητές-προγράμματα που συναντούμε συχνότερα στο διαδίκτυο είναι οι εξής:
- Εξυπηρετητής παγκοσμίου ιστού με το πρωτόκολλο http (http server)
- Εξυπηρετητής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mailserver)
- Domain Name System (DNS server)
- Εξυπηρετητής μεταφοράς αρχείων με το πρωτόκολλο ftp (ftp server)

2.4.1 Apache

Ο Apache HTTP Server ή όπως είναι πιο γνωστός Apache είναι ο δημοφιλέστερος και πλέον διαδεδομένος διακομιστής/εξυπηρετητής παγκόσμιου ιστού (web server) και κατέχει τον ρόλο κλειδί στην ανάπτυξη του παγκόσμιου ιστού (www). Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους ο Apache είναι δημοφιλής. Ο κυριότερος από αυτούς είναι ότι ο Apache διατίθεται δωρεάν. Ένας ακόμη λόγος που κάνει τον Apache τόσο δημοφιλή είναι το ότι μπορεί να εγκατασταθεί σε αρκετές πλατφόρμες όπως τα Windows, το Linux, το Unix και το Mac OS X, αν και συνίσταται η εγκατάσταση του σε Unix/Linux.

Ακόμη η εγκατάσταση του Apache είναι σχετικά εύκολη. Ο χρήστης δεν έχει παρά να ακολουθήσει το πρόγραμμα εγκατάστασης και στο τέλος του οδηγού αυτού θα έχει στο σύστημα του τον εξυπηρετητή, μετά αν ο χρήστης θέλει να αλλάξει διάφορα στοιχεία, μπορεί να το κάνει από τα αρχεία διαμόρφωσης. Επίσης ο Apache υποστηρίζει και αρκετές γλώσσες προγραμματισμού όπως MySQL, PHP, Python κλπ. Τον χαρακτηρίζει η μεγάλη προσθήκη προγραμμάτων (modules) που μπορούν να παρέχουν διάφορες λειτουργίες. Τα πιο δημοφιλή modules του Apache είναι modules πιστοποίησης όπως για παράδειγμα τα mod_access, mod_auth. Παρέχει TLS και SSL μέσω των mod_ssl. Δημιουργός του είναι το ίδρυμα Apache Software Foundation και η πρώτη του έκδοση έκανε την εμφάνισή της το 1995. Είναι λογισμικό ανοιχτού κώδικα.

Κεφάλαιο 3 – Ηλεκτρονικό Εμπόριο

3.1 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Αν και η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι πολύ σαφής, μπορεί να δοθεί ένας απλοποιημένος ορισμός ο οποίος ίσως να μην συμπεριλαμβάνει όλα όσα θα έπρεπε αλλά είναι αρκετά κατατοπιστικός. Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο, ή ευρέως γνωστό ως e-commerce, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει ένα σύνολο από διαδικτυακές διαδικασίες: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες.

3.2 Εξέλιξη Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται κατ' 'αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων, στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain management), στο διαδικτυακό μάρκετινγκ (Internet marketing), στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (online transaction processing), στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (electronic data interchange, EDI), στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης (inventory management) και στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.

Αρχικά, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναγνωρίστηκε ως η διευκόλυνση ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες όπως η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI) και η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων (EFT). Αυτές οι συναλλαγές εισήχθησαν στα τέλη του 1970 επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να στέλνουν εμπορικά φυλλάδια όπως, παραγγελίες αγοράς ή ηλεκτρονική έκδοση τιμολογίων. Άλλες μορφές του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι η ανάπτυξη και αποδοχή των πιστωτικών καρτών των αυτόματων τραπεζικών μηχανών και τηλεφωνικών καταθέσεων τη δεκαετία του 1980.

Ακόμη μία μορφή του ηλεκτρονικού εμπορίου, ήταν το σύστημα αεροπορικών κρατήσεων το οποίο τυποποίησε η εταιρία Sabre των Ηνωμένων Πολιτειών και η εταιρεία Travicom του Ηνωμένου Βασιλείου. Από το 1990 και έπειτα, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιείχε επιπρόσθετα το σύστημα ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού (ERP), την αναζήτηση και την αποθήκευση δεδομένων. Στις μέρες μας, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει τα πάντα, από την παραγγελία ψηφιακού περιεχομένου για άμεση διαδικτυακή κατανάλωση έως και την παραγγελία συμβατικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και τις υπηρεσίες που διευκολύνουν άλλες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε ερευνητικό επίπεδο, μεγάλες εταιρίες και οικονομικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να ανταλλάξουν χρηματοοικονομικά δεδομένα που υποβοηθούν εγχώριες και διεθνείς εταιρίες. Ένα από τα πιο κρίσιμα ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η ακεραιότητα καθώς και η ασφάλεια των δεδομένων.

(Αναστασία)

Στοιχεία επιβατών

Παρακαλούμε συμπληρώστε τα στοιχεία σας χρησιμοποιώντας λατινικούς χαρακτήρες. Επίσης, εισέγνε το στοιχείο που ανήματός σας όπως αυτό εμφανίζεται στα ταξιδιωτικά σας έγγραφα.

Ενήλικας 1

Προσωπικά στοιχεία

Όνομα: Επώνυμο:

Προτιμήσεις

Προτίμηση γεύματος:

Στοιχεία τακτικού επιβάτη

Πρόγραμμα: Αριθμός Κάρτας Μέλους:

Στοιχεία επικοινωνίας

Διεύθυνση ηλεκτ. ταχυδρομίου (e-mail):

Παρακαλώ επιλέξτε τον κωδικό χώρας και πληκτρολογήστε τον αριθμό κινητού τηλεφώνου.

Κωδικός χώρας: Κινητό τηλέφωνο:

Αποστολή SMS με τα στοιχεία της κράτησης

Επιθυμώ να καταχωρήσω ένα σταθερό τηλέφωνο επικοινωνίας

* Υποχρεωτικό πεδίο .

Σημείωση : μπορείτε να υποβάλετε ειδικότερα αιτήματα μετά την ολοκλήρωση της κράτησης .

Το ταξίδι σας

Πτήσεις

Αεροπολόγιο

| |
|---|
| <p>➔ Αθήνα (ΕΛ Βελγίολο) Προς Μαδρίτη (Βελγίολο)</p> <p>Αναχώρηση: Παρ 02 Ιαν 2015 - 09:15</p> <p>✈ A350</p> |
| <p>➔ Μαδρίτη (Βελγίολο) Προς Αθήνα (ΕΛ Βελγίολο)</p> <p>Αναχώρηση: Κια 04 Ιαν 2015 - 12:50</p> <p>✈ A350</p> |

Πίνακας τιμών

| | |
|---------------|-----------------|
| Σύνολο | € 501.93 |
|---------------|-----------------|

Συνολικό Κόστος € 501.93

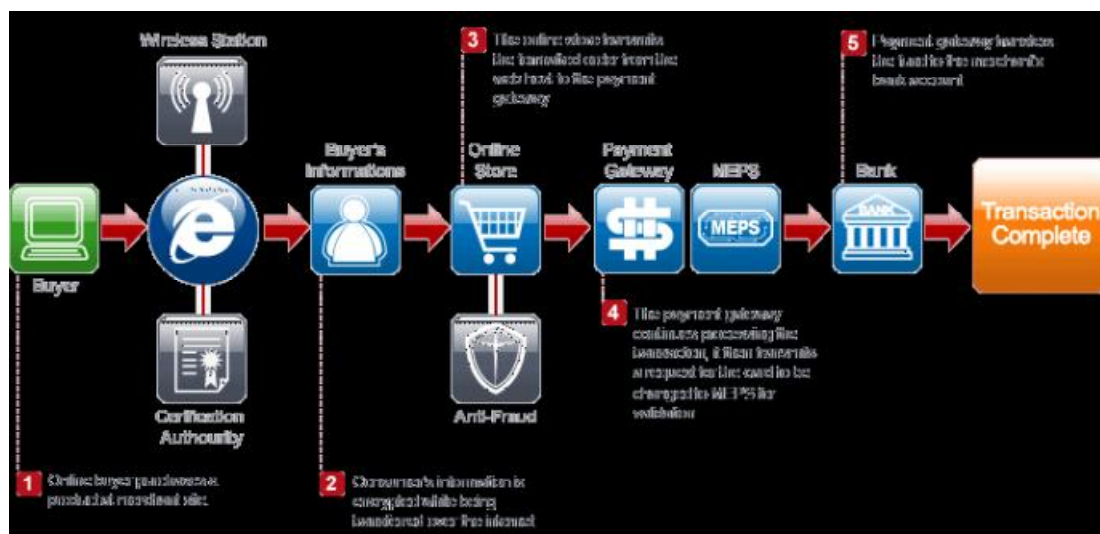
| | |
|-------------------|-----------------|
| με κάρτα Πληρωμής | € 509.93 |
| με Aegean Visa | € 501.93 |

Εικόνα 2 - Η σελίδα κράτησης εισιτηρίων της Olympic Air

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο συμπεριλαμβάνει όλες εκείνες τις πράξεις που είναι απαραίτητες να γίνουν για να φτάσει ένα προϊόν από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Όπως, δηλαδή, συμβαίνει και στο κανονικό εμπόριο. Όλες οι ενέργειες γίνονται με την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και τηλεπικοινωνιακών συστημάτων.

Οι συνηθισμένες ενέργειες που γίνονται είναι οι εξής:

1. Γίνεται μια παρουσίαση των προϊόντων ώστε να ξέρουν οι καταναλωτές τις επιλογές τους, αλλά και να παρουσιάσουν οι παραγωγοί τα προϊόντα τους. Επίσης γίνονται διάφορες ενέργειες διαφήμισης και marketing με σκοπό την προσέλκυση των πελατών. Την αλληλεπίδραση με τον πελάτη μέσω καταλόγων εμπορευμάτων και των πωλήσεων. Ακόμη διεκπεραιώνονται παραγγελίες και πωλήσεις μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.
2. Γίνονται καταγραφές των παραγγελιών και των πληρωμών. Το “σωστό” και ολοκληρωμένο ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχει και υπηρεσίες υποστήριξης πελατών. Αυτές είναι ενέργειες που αφορούν την συμπεριφορά των πωλητών προς τους καταναλωτές μετά την πώληση των προϊόντων.
3. Γίνεται η αποστολή των προϊόντων προς τους πελάτες και η αξιολόγηση της υπηρεσίας και του προϊόντος από τους πελάτες.



Εικόνα 3 - Τα βήματα σε που ακολουθούνται για μια online παραγγελία

3.3 Είδη και μέσα Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει την ψηφιοποίηση των αγορών. Δηλαδή, την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, όπως είναι το Διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει επίσης, εκτός από τις τυπικές αγορές μέσω του Παγκόσμιου Ιστού και όλη τη βιομηχανία ή οποία μπορεί να υποστηρίξει τις αγορές αυτές. Για παράδειγμα, η online επεξεργασία δοσοληψιών (για τράπεζες κυρίως), η διαχείριση αλυσίδας παροχών, η ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων, κ.ά.

Η μελέτη του ηλεκτρονικού εμπορίου ως προς τα συμβαλλόμενα μέρη μπορεί να το κατηγοριοποιήσει στα ακόλουθα είδη:

3.3.1 Business to Business (B2B)

Business to Business (B2B) : αφορά ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να είναι ανοιχτό σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (ανταλλαγή εμπορευμάτων) ή περιορισμένο σε συγκεκριμένους προκαθορισμένους συμμετέχοντες (ιδιωτική ηλεκτρονική αγορά).

3.3.2 Business to Government (B2G)

Business to Government (B2G) : αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ των επιχειρήσεων και του κράτους, κυρίως αφορά τις φορολογικές εκκρεμότητες (π.χ πληρωμή του ΦΠΑ) καθώς και τα φορολογικά προφίλ των επιτηρήσεων (π.χ. έκδοση φορολογικής ενημερότητας).

3.3.3 Consumer to Government (C2G)

Consumer to Government (C2G) : αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ των πολιτών και του κράτους ισχύουν σχεδόν οι ίδιες υπηρεσίες με τις υπηρεσίες που υπάρχουν στο (B2G).

3.3.4 Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer (B2C) : αφορά ηλεκτρονικό εμπόριο που διενεργείται μεταξύ επιχειρήσεων (προμηθευτών, ή παροχής υπηρεσιών) και των καταναλωτών. Αυτός ο τύπος, ηλεκτρονικού εμπορίου διεξάγεται από εταιρίες όπως η Amazon.com. Η ηλεκτρονική αγορά αποτελεί μία μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου στην οποία ο αγοραστής συνδέεται απευθείας με τον υπολογιστή του πωλητή συνήθως μέσω internet χωρίς να εμπλέκεται καμία ενδιάμεση υπηρεσία. Οι συναλλαγές, αγορά ή πώληση, ολοκληρώνονται ηλεκτρονικά και διαδραστικά σε πραγματικό χρόνο, όπως γίνεται με την amazon.com για τα νέα βιβλία. Παρόλα αυτά σε κάποιες περιπτώσεις ένας μεσάζοντας μπορεί να είναι παρών σε μία συναλλαγή, όπως γίνεται με τις συναλλαγές στο eBay.com.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο κατά κοινή παραδοχή θεωρείται η πτυχή των πωλήσεων του e-business. Τέλος, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελείται από την ανταλλαγή των δεδομένων τα οποία διευκολύνουν την χρηματοπιστωτική πολιτική των επιχειρηματικών συναλλαγών.

3.4 Αντίκτυπο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις αγορές

Οι έρευνες των οικονομολόγων που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το εμπόριο αυτό οφείλει να οδηγήσει σε έντονο ανταγωνισμό τιμών, καθότι αυξάνει την ικανότητα των καταναλωτών στη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα και τις τιμές τους. Η έρευνα τεσσάρων οικονομολόγων από το πανεπιστήμιο του Σικάγο, έδειξε ότι η αύξηση των διαδικτυακών αγορών έχει επηρεάσει επίσης, την οργανωτική δομή των βιομηχανιών σε δύο κλάδους, που έχει παρατηρηθεί σπουδαία αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και αυτοί οι κλάδοι είναι τα βιβλιοπωλεία και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Είναι προφανές, πως οι μεγάλες εταιρίες έχουν την τάση να αναπτύσσονται σε βάρος των μικρότερων επιχειρήσεων, καθώς είναι οι μεγάλες είναι σε θέση να χρησιμοποιούν οικονομίες κλίμακος (economies of scale) με σκοπό την προσφορά χαμηλότερων τιμών.

(Αναστασία)

Κεφάλαιο 4 – Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

4.1 Τι είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

Με τρόπο απλουστευμένο ίδιο με αυτόν της χρήσης ενός κειμενογράφου, η έννοια CMS (Content Management System-Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου) υπάρχει στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να ελέγχει τις εικόνες, το περιεχόμενο, τους πίνακες, τα κείμενα, το δικτυακό κ.λπ. Το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι μία μορφή λογισμικού με το οποίο η δημιουργία και η χρήση της κάθε ιστοσελίδας είναι εφικτή ακόμα και από άτομα που δεν έχουν γνώσεις προγραμματισμού και γλώσσας HTML. Με το πάτημα ενός κουμπιού η ιστοσελίδα μπορεί να ενημερωθεί άμεσα. Για να βαδίζει με νέες απαιτήσεις ή προδιαγραφές μια ιστοσελίδα μπορεί να διαγραφούν παλαιότερες, να μπουν νέες σελίδες ή να διαμορφωθεί. Τα CMS στις παρακάτω μορφές μπορούν να διαμορφώσουν το περιεχόμενο: κείμενα, εικόνα, βάσεις δεδομένων, πρότυπα σχεδίασης κ.α. Επειδή διαθέτουν πρόσθετα και μονάδες προσφέρουν ποικιλία λειτουργιών. Για την δημιουργία μιας ιστοσελίδας μπορεί κάποιος να εγκαταστήσει έναν εξυπηρετητή που βασίζεται στην γλώσσα προγραμματισμού PHP και στην βάση δεδομένων MySQL.

4.2 Δομή ενός συστήματος διαχείρισης δεδομένων

Από την διαγραφή μέχρι και την δημιουργία του, ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου λειτουργεί ολόκληρο τον κύκλο ζωής ενός αντικειμένου.

Ø Η Δημιουργία Περιεχομένου

Ένα άμεσο περιβάλλον συγγραφής διαμορφωμένο και σχεδιασμένο σαν το WORD εκμεταλλεύονται τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Χωρίς απαραίτητα να έχουμε εγκαταστήσει ένα ειδικό πρόγραμμα για την επεξεργασία κειμένων η ανανέωση του περιεχομένου μιας ιστοσελίδας γίνεται από οποιαδήποτε συσκευή έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Η διαμόρφωση της σελίδας ανάλογα με την επιθυμία του χρήστη είτε κάνοντας εισαγωγή είτε κάνοντας εξαγωγή σελίδων μπορεί να γίνει και από κάποιον χρήστη που δεν έχει προγραμματιστικές γνώσεις.

Ø Η Διαχείριση Περιεχομένου

Με την δημιουργία μιας ιστοσελίδας από έναν συγγραφέα, αυτόματα ενημερώνεται ο διαχειριστής που θα την διορθώσει και θα την δημοσιεύσει. Την δυνατότητα ροής εργασίας έχουν τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Οι χρήστες οι οποίοι συνδέονται, ενημερώνονται από το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου σε κάθε βήμα.

Ø Η Δημοσίευση Περιεχομένου

Η δημοσίευση μπορεί να γίνει στην σελίδα εφόσον το τελικό περιεχόμενο είναι στην αποθήκη. Η δημοσίευση της σελίδας θα έχει την μορφοποίηση σχετικά με το εκάστοτε Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου. Το περιεχόμενο της σελίδας μπορεί να επεξεργαστεί από τον συγγραφέα σε ελεύθερο χρονικό περιθώριο. Η μορφή της σελίδας επιτρέπεται να επεξεργαστεί από τον χρήστη.

Ø Η Παρουσίαση Περιεχομένου

Η ιστοσελίδα που θα δημιουργηθεί από το Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου μπορεί να είναι αλληλεπιδραστική και ισχυρή.

4.3 Λειτουργία συστημάτων διαχείρισης περιεχομένων (CMS)

Χωρίς απαραίτητα να έχουν εγκατασταθεί ειδικά προγράμματα επεξεργασίας ιστοσελίδων γραφικών, οι αλλαγές στα CMS της σελίδας πραγματοποιούνται από οποιονδήποτε ηλεκτρονικό υπολογιστή που έχει συνδεθεί στο διαδίκτυο. Αντί για τα συμβόλαια συντήρησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Ένα κείμενο μπορεί να μπει άμεσα στο website ενός χρήστη με την βοήθεια ενός φυλλομετρητή ιστοσελίδων. Τα CMS που υπάρχουν στην τεχνολογία του παγκοσμίου ιστού ονομάζονται web-based. Το περιεχόμενο και οι πληροφορίες των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου πρέπει να ανανεώνονται διαρκώς. Η διαδικασία ανανέωσης ή προσθήκης είναι εύκολη. Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου μπορούν να χρησιμοποιηθούν:

1. Κατευθύνσεις, χάρτες, οδηγίες.
2. Ενίσχυση online.
3. Εμφάνιση προσωπικού και εταιρείας.
4. Forums.
5. Δελτία τύπου και διαφημίσεις.
6. Για τις ιστοσελίδες με πολλές διαφορετικές λειτουργίες καθώς και για την διαχείριση μελών μιας ιστοσελίδας.
7. Ειδήσεις (εφημερίδες, περιοδικά).
8. Προβολή προϊόντων της εταιρείας.
9. Συμβόλαια και όρους.
10. Ανακοινώσεις και αγγελίες.
11. Κατάλογος προϊόντων της εταιρείας.
12. Εμφάνιση και προβολή των γεωγραφικών περιοχών.

4.4 Τα μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου (CMS)

Τα CMS διαθέτουν πέρα από μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα που συνδέονται με τις επιχειρήσεις. Για παράδειγμα η επικοινωνία με τους πελάτες και η βελτίωση των πωλήσεων. Τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα ενός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου έχουν ως εξής:

1. Γρήγορη γνώση και απλή χρήση του τελικού αποτελέσματος.
2. Προστασία και ασφάλεια του σχεδιασμού του site.
3. Άμεση ενημέρωση.
4. Αλλαγή τρόπου πλοήγησης ή σχεδιασμού.
5. Ανανέωση του περιεχομένου από τον καθένα.
6. Εισαγωγή όλου του περιεχομένου στις βάσεις δεδομένων.
7. Η ενημέρωση να επιτυγχάνεται ταυτόχρονα από πολλούς χρήστες και υπολογιστές.
8. Δίνεται η δυνατότητα αναζήτησης του περιεχομένου.
9. Αυτόματη υλοποίηση αρχείου και καταχώρηση.
10. Διαφοροποίηση του περιεχομένου από την πλοήγηση του δικτυακού τόπου.
11. Δεν απαιτείται από τους διαχειριστές ειδικές τεχνικές γνώσεις.

▼ Τα CMS διαθέτουν και πλεονεκτήματα που κάποια από αυτά είναι συστήματα ανοιχτού λογισμικού. Μερικά από τα πλεονεκτήματα είναι:

1. Δοκιμαστική λειτουργία πριν την χρήση.
2. Κόστος ελάχιστο.
3. Από την ομάδα υποστήριξης γρήγορη διόρθωση σφαλμάτων.

▼ Τα περισσότερα μειονεκτήματα των CMS είναι ανοιχτού λογισμικού και έχουν ως εξής:

1. Το λογισμικό χωρίς κόστος δεν σημαίνει πως είναι ελεύθερο λογισμικό.
2. Απουσία εμπορικής υποστήριξης.
3. Αναβάθμιση στην πιο πρόσφατη έκδοση των συστημάτων και ανελλιπής παρακολούθηση.
4. Ανεπαρκής χρηστικότητα.

4.5 Τα είδη συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου (CMS)

ü WORDPRESS-DJANGO-DRUPAL-JOOMLA

Όλοι οι ενδιαφερόμενοι χρήστες που προσπαθούν να δημιουργήσουν μια ιστοσελίδα έχουν τις εξής απορίες και διλήμματα. Ποιο CMS είναι αυτό που ταιριάζει σε εμένα; Ποιο είναι το πιο εύκολο και καλύτερο; Ποιο CMS πρέπει να διαλέξω; Ποιες είναι οι διαφορές ανάμεσα στα 4 CMS δηλαδή το Wordpress, το Django, το Drupal, το Joomla;

Για αρχή πρέπει να γνωρίζετε πως η επιλογή της κατάλληλης πλατφόρμας CMS εξαρτάται από το τι ακριβώς επιθυμείτε να σας προσφέρει η ιστοσελίδα σας, από την οικονομική δυνατότητα που διαθέτετε καθώς και τις τεχνικές σας γνώσεις όσον αφορά στα 4 CMS. Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου CMS και των 4 έχουν ένα κοινό σημείο, είναι ανοιχτού κώδικα. Αυτό σημαίνει πως είναι προσβάσιμα και εύκολα σε οποιαδήποτε τροποποίηση επιθυμεί να κάνει μια ομάδα προγραμματιστών. Το καλύτερο σε αυτά τα 4 CMS είναι ότι μπορούν να προσαρμοστούν σε όλες τις καινούργιες τεχνολογίες του web. Σε αυτά τα 4 CMS υπάρχουν ομάδες που τα καλύπτουν με λογισμικό όπως τα modules, τα plugins, τα add ons, και σε περίπτωση λάθους της πλατφόρμας γίνεται άμεση διόρθωση και ενημέρωση.



4.5.1 JOOMLA

Το Joomla δεν είναι τόσο προσβάσιμο και εύκολο στον διαχειριστή και στον χρήστη όπως είναι το Wordpress. Ακόμα είναι πιο δύσκολο και πολυσύνθετο από το Wordpress και πιο απλό από το Drupal. Ιστοσελίδες σε Joomla: Real Estate Uploads. Το Joomla μπορεί να κάνει πολυσύνθετα site αλλά έχει κάποια μειονεκτήματα, όπως προβλήματα ασφαλείας αλλά και μεγάλη επισκεψιμότητα όσον αφορά στις ιστοσελίδες. Το Joomla είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου CMS αρκετά καλό ως προς τον διαχειριστή και τον χρήστη του. Έχει αρκετή υποστήριξη από την κοινότητα των προγραμματιστών και έχει και πολύ λίγες δυνατότητες για ιστότοπους.



4.5.2 WORDPRESS

Το Wordpress είναι η καλύτερη πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου CMS για όποιες ιστοσελίδες ασχολούνται με την αρθρογραφία ή κατέχουν blog και για αυτό το λόγο είναι η πρώτη επιλογή για τα ειδησεογραφικά site. Για όλες τις εφαρμογές έχει μια ομάδα προγραμματιστών με εντυπωσιακά και υπέροχα add ons, plugins και modules. Το Wordpress δεν προϋποθέτει να έχετε τεχνικές γνώσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ελλάδα χρηστών σχεδόν το 70% για να κατασκευάσουν ιστοσελίδες χρησιμοποιούν το Wordpress. Έχει υπερβολικά πολλά σχεδιαστικά θέματα και εκατοντάδες εφαρμογές για την πλατφόρμα. Η σύγκριση του Wordpress με του Drupal έχει σχέση με την χρήση της βάσης δεδομένων και της ταξινόμησης. Με το Wordpress δημιουργείς φίλτρα υψηλών απαιτήσεων και e-shop με πολλές κατηγορίες. Είναι ιδανικό και για τον άπειρο και για τον έμπειρο χρήστη. Οι εξαιρετικές δυνατότητες για κατηγοριοποίηση που έχει το έχουν κάνει μια απίστευτη ιστοσελίδα. Η τοποθέτηση και η οργάνωση των δεδομένων χωρίς κάποιον περιορισμό, και οι δυνατότητες του Wordpress, χρησιμοποιούνται με την βάση δεδομένων για την αρχειοθέτηση όλων των στοιχείων.



4.5.3 DJANGO

Είναι η καλύτερη επιλογή για την δημιουργία ενός e-shop. Λόγω ότι στηρίζεται πάνω στην PYTHON είναι το πιο γρήγορο CMS. Έχει τις απίθανες δυνατότητες του Drupal, όπως να φτιάχνει πολύπλοκες ιστοσελίδες αλλά είναι δημιουργημένο σε PYTHON, όμως το Drupal είναι κατασκευασμένο σε php. Είναι το πιο σύγχρονο trend CMS. Το γεγονός ότι η ομάδα προγραμματιστών της PYTHON που το λειτουργεί είναι ακόμα στην αρχή και δεν έχει χρόνο υποστήριξης του CMS είναι ένα ιδιαίτερο μειονέκτημα. Παρόλο αυτά αναπτύσσεται ταχύτατα και έχετε την ευκαιρία να ανακαλύψετε add-ons, modules και plugin.



4.5.4 DRUPAL

Το Drupal είναι το καλύτερο εργαλείο για τους προγραμματιστές. Διαμέσων αυτού έχουν δημιουργηθεί επαγγελματικές και πολυσύνθετες ιστοσελίδες. Είναι ισχυρό σύστημα διαχείρισης πληροφοριών CMS. Για την διαχείριση της πλατφόρμας όσοι είναι αρχάριοι στα CMS θα αντιμετωπίσουν αρκετές δυσκολίες. Ένα απλό εταιρικό site δεν χρησιμοποιεί ιστοσελίδες Drupal γιατί είναι υπερβολικές για αυτό. Για την κατασκευή ενός e-shop είναι ιδανικό. Ιστοσελίδες Drupal: Grammy. Ένας Drupal Developer είναι πολύ ακριβός. Η λειτουργία του Drupal χρειάζεται ειδική τεχνική εξειδίκευση από τον διαχειριστή της πλατφόρμας διότι έχει ανάγκη μερικές εβδομάδες χρήσης με σκοπό να παρακολουθήσει τις δυνατότητες παραγωγής, για αρκετά εξειδικευμένα αποτελέσματα πάνω σε βάσεις δεδομένων, εφαρμογές και σε μια ιστοσελίδα marketing.

4.6 HTML (HyperText Markup Language)

Η HTML είναι η κυριότερη γλώσσα δόμηση σελίδων του World Wide Web(Web) και το ακρωνύμιο των λέξεων της είναι Hyper Text Markup Language (γλώσσα μορφοποίηση κειμένου). Δεν είναι μια γλώσσα μόνο προγραμματισμού καθώς δεν διαθέτει επαναλήψεις, τις βασικές συνθήκες ελέγχων, κ.λπ. Με την HTML δημιουργούμε μια ιστοσελίδα με τις εντολές της, βάζουμε όλα τα αντικείμενα (links, εικόνες, κείμενα, κ.λπ.) στο μέρος που επιθυμούμε και εφόσον τα μορφοποιήσουμε καταλλήλως τα εμφανίζουμε σε αυτήν με τον τρόπο που εμείς έχουμε 'σχεδιάσει' με αυτήν. Η HTML δημιουργεί links με τα οποία ο χρήστης της ιστοσελίδας μπορεί να μπει όπου θέλει κλικάροντας πάνω σε αυτά. Η εμφάνισή της έγινε το 1999. Η συγγραφή της γίνεται με την μορφή HTMLστοιχείων τα οποία καθορίζονται από ετικέτες με την ονομασία tags, οι ετικέτες βρίσκονται ανάμεσα σε σύμβολα τύπου <>, και όλα αυτά υπάρχουν μέσα στις ιστοσελίδας το περιεχόμενο.

4.7 CSS (Cascading Style Sheets)

Η CSS είναι μια ανεξάρτητη γλώσσα με σκοπό να σχεδιάζει την μορφοποίηση και την εμφάνιση ιστοσελίδων. Με την CSS έχουμε την δυνατότητα προσθήκης χρωμάτων σε διάφορα πράγματα, να τα επεξεργαστούμε για να έχουν περίγραμμα, bold, να είναι υπογραμμισμένα και γενικά τέτοιου είδους επεμβάσεις. Τον κώδικα των εντολών της τον τοποθετούμε είτε μέσα σε αρχεία HTML στο head τους και εκτελείται διαμορφώνοντας έτσι το περιεχόμενο, είτε μέσα σε αρχεία με επέκταση .css, το οποίο έχει συμπεριληφθεί στο αρχείο ιστοσελίδας html. Ο τρόπος διαχείρισης ενός site με την css γίνεται πιο εύκολος. Κάποια από τα πλεονεκτήματα της css είναι ο ευανάγνωστος κώδικας και η ταχύτατη πλοήγηση. Ένα μειονέκτημα είναι η παρερμηνεία από κάποιους παλιούς φυλλομετρητές.

4.8 MYSQL

Η MySQL είναι ένα σχεσιακό σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων. Είναι ένα σύστημα το οποίο τοποθετεί δεδομένα, τα επεξεργάζεται και τα διαγράφει στην βάση δεδομένων. Με την MySQL έχουμε την δυνατότητα δημιουργίας σχέσεων μεταξύ των δεδομένων. Είναι δωρεάν και ανοιχτού κώδικα δηλαδή εάν κάποιος είναι προγραμματιστής έχει το δικαίωμα επέμβασης στον τρόπο λειτουργίας της. Το όνομά της οφείλεται από τα αρχικά των λέξεων Structured Query Language και από το όνομα της κόρης του δημιουργού 'My'. Ο δημιουργός της ανήκει στην Oracle και είναι η MySQL AB, μια κερδοσκοπική εταιρία από την Σουηδία. Ξεχωριστά από τις (MySQL, Oracle, PostgreSQL, κ.λπ.) διαμορφώθηκε το πρότυπο της γλώσσας SQL. Η υλοποίηση ενός συστήματος διαχείρισης σχεσιακών βάσεων δεδομένων υπάρχει πιθανότητα να διαφέρει με κάποιο άλλο, έχοντας πιο ανανεωμένα χαρακτηριστικά και πιο πολλές δυνατότητες. Είτε σε μια βάση PostgreSQL είτε σε μια βάση MySQL, ο κώδικας SQL θα πρέπει να λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο. Σε ένα σύνολο βάσεων δεδομένων υπάρχει ένα πρόγραμμα το οποίο παρέχει σε αρκετούς χρήστες πρόσβαση μέσω ενός εξυπηρετητή.

4.9 PHP

Η PHP είναι το αναδρομικό ακρωνύμιο των λέξεων Hypertext Preprocessor. Είναι μια γλώσσα προγραμματισμού σχεδιασμένη για την δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων. Με την ιδιότητα «δυναμική» εννοείται μια ιστοσελίδα που ανάλογα με τα στοιχεία του χρήστη της, αλλάζει αυτόματα. Στο διαδίκτυο είναι από τις πιο δημοφιλείς γλώσσες προγραμματισμού και ειδικά για τους Linux και hosts Unix. Η χρήση της είναι δωρεάν. Στον server της είναι εγκατεστημένο ένα ειδικό πρόγραμμα με το όνομα apache. Ένα από τα χαρακτηριστικά της είναι πως είναι server side, δηλαδή ο server την τρέχει και ο θεατής βλέπει μόνο το αποτέλεσμα στην οθόνη του υπολογιστή του. Δεν είναι client side όπως για παράδειγμα η HTML. Η PHP είναι αντιληπτή και εύκολη στο να την μάθει κάποιος. Σύμφωνα με τις γλώσσες Java, C, και Perl είναι θεμελιωμένο και το συντακτικό της. Οι ρυθμίσεις στα MIME types του server είναι υποχρεωτικές εάν επιθυμούμε η ενσωμάτωση κώδικα σε ένα αρχείο επέκτασης .html να λειτουργήσει. Η λειτουργία γενικά ενός αρχείου PHP για να είναι σωστή θα πρέπει να έχει την κατάλληλη επέκταση (π.χ. *.phtml, *.php, *php4).

Κάποιες από τα χρήσεις της PHP είναι:

∅ **Η χρήση της PHP σε επίπεδο γραμμής εντολών:**

Μέσω του διεργαστή PHP γίνεται η εκτέλεση τοπικά στον υπολογιστή, χωρίς απαραίτητα να υπάρξει βοήθεια από κάποιον εξυπηρετητή ιστοσελίδων.

∅ **Η χρήση της PHP σε έναν μακρινό εξυπηρετητή ιστοσελίδων:**

Η εγκατάστασή της υπάρχει είτε ως module στον εξυπηρετητή ιστοσελίδων είτε γίνεται η εκτέλεσή της μέσω CGI σεναρίου και διαμέσου ενός φυλλομετρητή μεταχειρίζεται από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή του πελάτη-χρήστη.

∅ **Η χρήση της PHP με εφαρμογές:**

Μέσω του PHP-GTK δημιουργούνται προγράμματα με γραφικό περιβάλλον, τα οποία λειτουργούν άμεσα στον υπολογιστή του πελάτη.

4.10 XML (Extensible Markup Language)

Η Xml είναι ένα αρχείο που έχει διαμορφωθεί με ειδικό τρόπο και έχει αποθηκεύσει υπό μορφή πεδίων διάφορα δεδομένα. Είναι ένα σύνολο κανόνων με σκοπό την ηλεκτρονική κωδικοποίηση κειμένων. Λόγω της σχεδίασης της μορφής του αρχείου αυτού έχουμε την δυνατότητα με κάποιο script να ψάξουμε και να βρούμε πολύ εύκολα τα δεδομένα που επιθυμούμε. Τα κείμενα XML περιέχουν χαρακτήρες Unicode. Εκτός από κάποιες εξαιρέσεις οι περισσότεροι χαρακτήρες που τοποθετούνται στο περιεχόμενο ενός κειμένου XML είναι Unicode. Η προσπέλαση δεδομένων XML αλλά και διαφόρων συστημάτων σχημάτων XML που έχουν σχεδιαστεί στην βοήθεια των ορισμών γλωσσών που προέρχονται από την XML, μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους προγραμματιστές καθώς βρίσκονται σε μια ποικιλία διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών. Μερικές από τις γλώσσες που έχουν αναπτυχθεί χάρη στην XML είναι η SOAP, η RSS και η XHTML.

4.11 WEB CMS

Τα Web CMS αφήνουν επιπρόσθετες δυνατότητες όπως η online τροποποίηση, και κυρίως υπάρχουν στην τεχνολογία του παγκόσμιου ιστού. Χωρίς να έχουν εγκατασταθεί ειδικά προγράμματα επεξεργασίας γραφικών, ιστοσελίδων κ.λπ. , οι αλλαγές του site έχουν την δυνατότητα να γίνουν από όποιον υπολογιστή έχει ίντερνετ. Για την αποθήκευση και την επαναπόκτηση δεδομένων χρησιμοποιούνται στοιχεία λογισμικού και μια μεγάλη βάση δεδομένων τα οποία είναι web-based CMS και στην σημερινή εποχή εισχωρούν στους οργανισμούς. Το Wordpress αποτελεί το πιο δημοφιλέσ παράδειγμα ενός web-based CMS.

4.12 AJAX (Asynchronous JavaScript And XML)

Η Ajax είναι μία τεχνολογία που αφήνει την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ των server και client,, μεταχειρίζεται σε ιστοσελίδες και χρησιμοποιεί την γλώσσα javascript. Δεν θεωρείται καν γλώσσα προγραμματισμού. Δημιουργεί ιστοσελίδες ταχύτατες και εξυπηρετικές για τον χρήστη. Μπορεί να περιορίσει τον όγκο δεδομένων που δίνει και παίρνει ο browser του επισκέπτη με τον server και με αυτή την δραστηριότητα μπορεί να ανανεώσει το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας χωρίς να την ανανεώσει ολόκληρη. Την συναντάμε συχνά σε σελίδες που έχουν φόρμες εγγραφής σε κάποιο forum ή site. Συνήθως ορίζουμε ένα username σε αυτές τις φόρμες. Στην περίπτωση που στην οθόνη του υπολογιστή μας εμφανιστεί μήνυμα πως το username που επιλέξαμε έχει ξαναχρησιμοποιηθεί, τότε χρησιμοποιείται η τεχνική Ajax.

4.13 JavaScript

Η JavaScript δημιουργήθηκε πρώτα από την εταιρία Netscape παίρνοντας την επωνυμία Macha. Στην συνέχεια όμως πήρε την επωνυμία LiveScript ώσπου τελικά καθιερώθηκε σε JavaScript. Για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές είναι μια διερμηνευμένη γλώσσα προγραμματισμού. Είναι μια γλώσσα σεναρίων που στηρίζεται στα πρωτότυπα (phototypebased). Είναι client side, δηλαδή η εκτέλεση και η παραγωγή του αποτελέσματος γίνεται στον browser του client (του επισκέπτη). Δεν έχει καμία ανάμιξη με την Java αλλά πολλές φορές συμπράττει με την HTML. Η λειτουργία της δεν είναι σημαντική αλλά περισσότερο βοηθητική καθώς ο server δεν μπορεί να επικοινωνήσει με το σύστημα για να ολοκληρώσει το αίτημά του. Αυτό που κυρίως κάνει είναι να δίνει στον επισκέπτη μερικά σημαντικά πράγματα για την ιστοσελίδα. Απομεινεία αρκετά ονόματα και συμβάσεις ονοματοδοσίας από την Java παρόλο που έχουν διαφορετική σημασιολογία. Είναι μια γλώσσα που οι συναρτήσεις της είναι αντικείμενα πρώτης τάξης και είναι ισχυρή με ασθενείς τύπους. Η προέλευση των βασικών αρχών σχεδιασμού της είναι από τις

γλώσσες Scheme και Self. Όσον αφορά την σύνταξή της έχει επηρεαστεί κυρίως από την C. Υποστηρίζει προστακτικό, αντικειμενοστραφές και συναρτησιακό στυλ προγραμματισμού. Τα μικρά widgets και τα έγγραφα PDF που βλέπουμε στις επιφάνειες εργασίας συνήθως χρησιμοποιούν JavaScript.

Κεφάλαιο 5: Ασφάλεια στο ηλεκτρονικό επιχειρείν.

5.1 Κίνδυνοι του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Υπάρχουν αρκετοί κίνδυνοι στο ηλεκτρονικό επιχειρείν οι οποίοι πρέπει να εξαλειφθούν εντελώς. Κάποιοι απ' αυτούς είναι οι παρακάτω :

1. Απάτη προς τον πελάτη μέσω αγορών από πιστωτική κάρτα.
2. Καταστροφή πληροφοριών και δικτυακών πόρων.
3. Αποκάλυψη εμπιστευτικών πληροφοριών μιας εταιρείας, ενός ατόμου κ.τ.λ. χωρίς την εξουσιοδότηση του.
4. Παραποίηση εγγράφων.
5. Παροχή πληροφοριών χωρίς άδεια.
6. Πρόσβαση σε δικτυακούς πόρους χωρίς εξουσιοδότηση.
7. Παραποίηση και αλλαγή πληροφοριών.
8. Υποκλοπή διάφορων πληροφοριών ,προσωπικών και οικονομικών δεδομένων.
9. Άρνηση λήψης υπηρεσιών ή πληροφοριών.

5.2 Ασφάλεια

Η προστασία των συναλλαγών στο ηλεκτρονικό επιχειρείν εξαρτάται απ' την ασφάλεια του με σκοπό την αποφυγή κινδύνων .Έχοντας εξασφαλιστεί η ασφάλεια, ο καταναλωτής θα είναι σε θέση :

1. Να χρησιμοποιεί τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας χωρίς να υπάρχει κίνδυνος οτι θα χρησιμοποιηθούν κάπου αλλού.
2. Να στέλνει e-mail χωρίς να παραποιείται το περιεχόμενο κατά την αποστολή του μηνύματος.
3. Να εξασφαλίζει την ασφάλεια των προσωπικών του δεδομένων όταν γίνεται π.χ. εγγράφεται σε κάποιο site.
4. Να γνωρίζει ότι το site που επισκέπτεται υπάρχει υφίσταται.

(Chaffey.)

5.3 Απαιτήσεις ασφάλειας

1. **Έλεγχος αυθεντικότητας** : Σκοπός είναι η εξακρίβωση της ταυτότητας του χρήστη είναι αυτή που ισχυρίζεται, έτσι ώστε να αποφευχθεί η ψηφιακή πλαστογραφία.

Μέθοδοι για την επαλήθευση της ταυτότητας:

- Ø Επιβεβαίωση της γνώσης password ή pin.
- Ø Έλεγχος πρόσβασης σε ορισμένα δεδομένα ή υπηρεσίες.
- Ø Κατοχή ιδιοκτησιακής πληροφορίας όπως για π.χ. κλειδί ή κάρτα.
- Ø Δυνατότητα ανωνυμίας όταν οι υπηρεσίες δεν χρειάζονται την ταυτότητα του χρήστη.
- Ø Πιστοποίηση του ενδιαφερόμενου από ένα τρίτο μέλος.

2. **Ακεραιότητα**: Μη τροποποίηση δεδομένων κατά την διάρκεια της μεταφοράς και της αποθήκευσης του , την εξουσιοδότηση του χρήστη με σκοπό την αποφυγή τροποποίησης χωρίς την άδεια του. Διασφαλίζονται τα δεδομένα για να φτάσουν στον προορισμό τους όπως ακριβώς τα έστειλαν, χωρίς προσθήκες, αφαιρέσεις ,μετατροπές . Η ακεραιότητα επιτυγχάνεται μέσω της χρήσης της ψηφιακής εγγραφής.

3. **Εμπιστευτικότητα**:

- Ø Εάν δεν έχει δοθεί η εξουσιοδότηση του κατόχου ότι οι δικτυακές επικοινωνίες δεν μπορούν να διακοπούν θα πρέπει να εξασφαλιστεί πως δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί ενέργεια σε οποιαδήποτε πληροφορία.
- Ø Τροποποίηση πληροφοριών μέσω εξουσιοδότησης.
- Ø Εξασφάλιση ιδιωτικότητας χρήστη.
- Ø Χρήση εμπιστευτικών υπηρεσιών για την διαχείριση πληροφοριών.
- Ø Χρήση κρυπτογράφησης.

4. **Μη αποποίηση ευθύνης**:Σκοπός της μη αποποίησης της ευθύνης είναι να καταφέρουν να αποδείξουν ποια είναι η προέλευση , πως θα γίνει η μετάδοση και η παράδοση των δεδομένων. Κανείς από τους συναλλασσόμενους δεν μπορεί να αρνηθεί την συμμετοχή του σε συναλλαγές..

5. **Εξουσιοδότηση**: Με την χρήση της εξουσιοδότησης επιτρέπεται η πρόσβαση σε πληροφορίες αφού πρώτα εξακριβωθεί η ταυτότητα του χρήστη. Η εξουσιοδότηση περιλαμβάνει μηχανισμούς ελέγχου πρόσβασης.

- Ø Δημιουργία , καταστροφή πληροφοριών.
- Ø Εκτέλεση.
- Ø Διαγραφή , τροποποίηση περιεχομένου.

- Ø Εισαγωγή ή εξαγωγή
- Ø Πλοήγηση ή εγγραφή.

5.4 Τεχνολογίες Ασφάλειας

1. Αρχές πιστοποίησης και ψηφιακά πιστοποιητικά .
2. Ψηφιακές υπογραφές.
3. Ασύμμετρη κρυπτογραφία.
4. Συμμετρική κρυπτογραφία.

5.5 Κρυπτογραφία

Ένα αρχείο για να μην είναι αναγνώσιμο, είναι δυνατή η κωδικοποίηση των πληροφοριών μέσω ενός μαθηματικού αλγόριθμου. Για την κρυπτογράφηση αλλά και την αποκρυπτογράφηση ενός μηνύματος χρησιμοποιούν ένα μυστικό κλειδί. Το περιεχόμενο των μηνυμάτων έτσι είναι ασφαλές και οι χρήστες μπορούν να ανταλλάσσουν μηνύματα χωρίς να υπάρχει περίπτωση υποκλοπής δεδομένων. Επίσης διασφαλίζουν και είναι σίγουροι οι χρήστες πως αυτός με τον οποίο έρχονται σε επαφή είναι όντως αυτός που γνωρίζουν.

5.6 Στοιχεία Κρυπτογραφίας

Τα στοιχεία της κρυπτογραφίας είναι :

1. **Απλό κείμενο (Plain text)**: Αρχική μορφή ενός αρχείου όπως κείμενο, εικόνα, βίντεο κ.τ.λ. που θέλει να στείλει ο χρήστης σε άλλον .
2. **Κρυπτογραφημένο κείμενο (Cipher text)**: Είναι το αρχείο το οποίο από την αρχική μορφή του έχει επεξεργαστεί, μεταβληθεί με σκοπό να το διαβάσει μόνο ο παραλήπτης.
3. **Κρυπτογραφικός αλγόριθμος (Cryptographic algorithm)**: Είναι ένας αλγόριθμος ο οποίος μετατρέπει το απλό κείμενο σε κρυπτογραφημένο και το αντίστροφο.
4. **Κλειδί (Key)**: Χρησιμοποιείται για τα άτομα που μόνο αυτοί γνωρίζουν το περιεχόμενο του μηνύματος για την κρυπτογράφηση και την αποκρυπτογράφηση.

5.7 Ψηφιακές υπογραφές

Οι ψηφιακές υπογραφές είναι οι υπογραφές όπως οι φυσικές αλλά σε ηλεκτρονική μορφή. Έχοντας ακριβώς την ίδια χρησιμότητα.

Σκοπός τους είναι η την προστασία των μηνυμάτων, υλοποιούνται με την βοήθεια της κρυπτογραφίας με δημόσιο κλειδί. Δηλαδή, ο κάθε χρήστης έχει δύο κλειδιά το ιδιωτικό και το δημόσιο, τα οποία συνδέονται με μια μαθηματική σχέση όπου όταν είναι γνωστό το ένα δεν είναι γνωστό το άλλο. Κατά την υπογραφή χρησιμοποιείται το ιδιωτικό κλειδί επαληθεύοντας το με το δημόσιο, με τον τρόπο αυτό η ψηφιακή υπογραφή είναι διαφορετική, σε κάθε μήνυμα. Τα μηνύματα συμπιέζονται λόγω ότι αυτή η διαδικασία αργεί. Για την αυθεντικότητα και ακεραιότητα του μηνύματος χρησιμοποιείται μια συνάρτηση κατακερματισμού στο μήνυμα, όπου από ένα μήνυμα μεγάλου μεγέθους παράγεται ένα μικρότερο μήνυμα. Δημιουργείται έτσι δακτυλικό αποτύπωμα μέσω της μοναδικής τιμής που παράχθηκε από τον Η τιμή που παράγεται από τον κατακερματισμό.

5.8 Ψηφιακά Πιστοποιητικά

Τα ψηφιακά πιστοποιητικά είναι ουσιαστικά ψηφιακά έγγραφα συσχετίζοντας ένα δημόσιο κλειδί με μία φυσική οντότητα. Οι αρχές πιστοποίησης διανέμουν τα δημόσια κλειδιά και το δέχονται με κάποιο άλλο πιστοποιητικό. Έτσι ο χρήστης επαληθεύει το δημόσιο κλειδί του.

5.9 Πρωτόκολλο SET

Το πρωτόκολλο Secure Electronic Transaction (SET) δημιουργήθηκε με σκοπό την ασφάλεια συναλλαγών μέσω πιστωτικών καρτών στο διαδίκτυο. Με σκοπό την εκπλήρωση συναλλαγών με ασφάλεια χρησιμοποιώντας ψηφιακές υπογραφές, πιστοποιητικά, δημόσια και ιδιωτικά κλειδιά. Προϋπόθεση είναι να εγκατασταθεί λογισμικού και στα δύο μέρη τα οποία επικοινωνούν για να ολοκληρωθεί αυτό :

- 1.Εμπιστευτικότητα πληρωμών στο διαδίκτυο.
- 2.Ακεραιότητα των δεδομένων που μεταφέρονται.
- 3.Αυθεντικότητα του κατόχου πιστωτικής κάρτας.

5.10 Firewalls – Φράγματα Ασφαλείας

Τα firewalls είναι συστήματα ασφαλείας που προστατεύουν δίκτυα εμποδίζοντας εξωτερικούς χρήστες να πάρουν δεδομένα του δικτύου.

Τύποι firewall:

1. **Firewall σε επίπεδο πακέτων:** Εδώ επιτρέπεται ή απαγορεύεται η είσοδος δεδομένων με βάση την IP διεύθυνση του αποστολέα και του παραλήπτη του πακέτου. Το router μεταφέρει τα πακέτα.
2. **Firewall σε επίπεδο εφαρμογής:** Είναι πιο ασφαλής τύπος firewall γιατί τα πακέτα που εισέρχονται ή τα πακέτα εξέρχονται φιλτράρονται με βάση το περιεχόμενο από ένα ενδιάμεσο τον proxy server. Μειονεκτεί στο ότι είναι πιο εύκολες οι επιθέσεις μέσα στο διαδίκτυο.

(Chaffey.)

Κεφάλαιο6 – Ηλεκτρονικό κατάστημα

6.1 Εισαγωγή

Ο μεγάλος ανταγωνισμός που βρίσκεται στην παγκόσμια αγορά δεν εμποδίζει την εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εξυπηρέτηση πελατών με λιγότερο κόστος και πιο μεγάλη ευκολία γίνεται πιο επιτυχής με την δημιουργία μιας επιχείρησης. Η λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων γίνεται από ηλεκτρονικά κέντρα ή από τον συνδυασμό ύπαρξης φυσικού και ηλεκτρονικού καταστήματος, Ο σκοπός των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η πώληση και η προώθηση υπηρεσιών και προϊόντων. Το επιχειρηματικό μοντέλο επιχείρησης-προς-καταναλωτή (B2C) είναι το μοντέλο που γενικά ακολουθούν.

6.2 Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού καταστήματος

1. Περικοπή λειτουργικών εξόδων.
2. Συρρικνωμένες τιμές.
3. Απόκτηση οικονομίας κλίμακας.
4. Ελάττωση ανταπόκρισης και χρόνου εξυπηρέτησης στις απαιτήσεις των πελατών.
5. Ο πελάτης μπορεί να κάνει εάν το επιθυμεί παρατηρήσεις, ερωτήσεις, συστάσεις και σχόλια.
6. Σχηματισμός παγκόσμιας αγοράς.
7. Βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης.
8. Πιο καλή και αξιόπιστη πληροφόρηση.
9. Δυνατότητα τροποποίησης των προϊόντων στον εκάστοτε πελάτη μέσω της παρακολούθησης των επισκέψεων του στο κατάστημα που φανερώνει τις προτιμήσεις του.
10. Δυνατότητα υλοποίησης των αγορών 24 ώρες, 7 ημέρες την εβδομάδα.
11. Ανάδραση πληροφοριών για την επιχείρηση.
12. Επικοινωνία πελατών με το κατάστημα.
13. Τεράστια ποικιλία.
14. Άμεση αγορά και αποδοχή προϊόντων.

6.3 Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού καταστήματος

1. Διαχείριση της ασφάλειας των υπολογιστικών συστημάτων.
2. Ανάγκη πρόσληψης νέου εξειδικευμένου προσωπικού.
3. Γρήγορη προσπάθεια προσαρμογής της επιχείρησης στις νέες ροές εργασίας.
4. Τεράστια καμπύλη μάθησης για το προσωπικό.
5. Τεράστια προσοχή στην προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών.
6. Δυσκολία απόκτησης της εμπιστοσύνης του καταναλωτή.

6.4 Σύγκριση ηλεκτρονικού – παραδοσιακού καταστήματος

Ø Τα κοινά στοιχεία τους

1. Παροχή απόδειξης υπηρεσιών.
2. Φορολόγηση προϊόντων.
3. Καλάθι αγορών.
4. Διαχείριση αποθεμάτων.
5. Προσφορές και εκπτωτικά κουπόνια.
6. Αποστολή των προϊόντων στην κατοικία του πελάτη.
7. Πληρωμή μετρητοίς ή με κάρτα.

Ø Τα νέα στοιχεία τους

1. Επίβλεψη και ανάλυση του προφίλ του καταναλωτή.
2. Ύπαρξη του καταστήματος σε παγκόσμια αγορά μέσω του διαδικτύου.
3. Αγορές και ενημέρωση 24 ώρες, 7 ημέρες.
4. Εμπορία αγαθών και υπηρεσιών με ηλεκτρονικό τρόπο.
5. Νέοι τρόποι αναβάθμισης και πώλησης.
6. Σχηματισμός νέων καναλιών διανομής.
7. Παράδοση ψηφιακού περιεχομένου των προϊόντων.
8. Άμεση πώληση στον καταναλωτή.

(Ανδρομέδα, 2005.)

6.5 Προσέγγιση του ηλεκτρονικού καταστήματος

√ Τα κίνητρα για αγορές μέσω διαδικτύου

1. Συνεχής πληροφόρηση για τα προϊόντα των ηλεκτρονικών καταστημάτων.
2. Η εμπειρία του χρήστη με τους υπολογιστές και με την πλοήγηση στο διαδίκτυο και στις νέες τεχνολογίες.
3. Δημιουργία καλής εμπειρίας του χρήστη από προηγούμενη πλοήγηση στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

4. Εξασφάλιση εμπιστοσύνης των χρηστών για την διεξαγωγή συναλλαγών.

▼ **Η ηλεκτρονική εμπιστοσύνη (e-trust)**

Για τις ηλεκτρονικές αγοραστικές διαδικασίες είναι πολύ χρήσιμη. Η απόκτησή της γίνεται σιγά σιγά με την συνεχή πλοήγηση του χρήστη με το ηλεκτρονικό κατάστημα και στην περίπτωση που το κατάστημα δεν είναι συνεπής στις προσδοκίες τους, μπορεί να εξαφανιστεί. Είναι χρήσιμη για τα ηλεκτρονικά καταστήματα καθώς την ακολουθούν πιστοί πελάτες και ως συνέπεια μακροχρόνιες συνεργασίες.

▼ **Τα brand names των μικρών επιχειρήσεων**

Για την εξασφάλιση και την φύλαξη της εμπιστοσύνης των χρηστών παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο τα εμπορικά σήματα και οι διάσημες επωνυμίες. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα πρέπει να φτιάξουν κλίμα εμπιστοσύνης και για να το πετύχουν αυτό πρέπει να χρησιμοποιήσουν διάφορες πολιτικές όπως:

1. Πολιτικές προστασίας των προσωπικών στοιχείων των χρηστών.
2. Πολιτικές ασφαλείας.
3. Σφραγίδες και πιστοποιητικά από φορείς και οργανισμούς.

▼ **Ο εντοπισμός του ηλεκτρονικού καταστήματος μέσα στο διαδίκτυο**

Οι προϋποθέσεις που χρειάζεται να πληροί κάποιος χρήστης ώστε να βρει και να διαλέξει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι:

Άνεση στην πλοήγηση και αυτό έχει να κάνει με το περιβάλλον χρήσης, την άνεση πρόσβασης στο

1. Η εγκυρότητα και η έγκριση των χρηστών για το ηλεκτρονικό κατάστημα.
2. Ορατή παρουσίαση του ηλεκτρονικού καταστήματος.
3. Εξοικείωση του χρήστη με την επωνυμία και το εμπορικό σήμα.
4. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων.
5. Απανωτή ανανέωση του περιεχομένου.
6. Ανταγωνιστικές και μέτριες τιμές.
7. Απανωτή και αξιόπιστη πληροφόρηση αλλά και ενημέρωση του καταστήματος.
8. Διασφάλιση στον πελάτη τεχνικής υποστήριξης.
9. Σημαντική προτεραιότητα στον κατάλογο των αποτελεσμάτων η ηλεκτρονική διεύθυνση καταστήματος.
10. Ασφάλεια των συναλλαγών μέσω διαδικτύου.
11. Ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών.
12. Απανωτές προσφορές και εκπτώσεις.
13. Άνεση εξατομίκευσης.

(Ανδρομέδα, 2005.)

6.6 Πληροφορίες για την επιχείρηση

Οι πελάτες για να κάνουν εμπορικές συναλλαγές με μια επιχείρηση χρειάζεται να την ξέρουν και να την εμπιστεύονται. Για να φτιάξουν κλίμα εμπιστοσύνης και να προσελκύουν νέο πελατολόγιο τα ηλεκτρονικά καταστήματα και οι επιχειρήσεις που είναι άγνωστες στο κοινό, χρειάζονται συνεχής πληροφόρηση. Η πληροφόρηση που έχει η επιχείρηση θα έχει σχέση με:

1. Ενεργοποίηση της επιχείρησης μέσα στον εμπορικό χώρο.
2. Μέσα επικοινωνίας της επιχείρησης όπως: e-mail, τηλέφωνο, Facebook, ταχυδρομική διεύθυνση κ.τ.λ. , fax, twitter.
3. Πληροφορίες για την ίδρυση, την εδραίωση και την παραγωγή της επιχείρησης.
4. Συνεργασίες της επιχείρησης με άλλους γνωστούς και μη εταίρους.
5. Τοποθεσία των φυσικών καταστημάτων της επιχείρησης.

6.7 Κανάλια επικοινωνίας

1. Χώρος συζήτησης ιδεών και ενημέρωσης (forum και online chat ή chat rooms).
2. Χώρος ανακοίνωσης ενημερωτικών και όχι μόνο άρθρων (blog).
3. Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail).
4. Πίνακας ανακοινώσεων (bulleting board).
5. Μέσα διαδικτυακής επικοινωνίας όπως: twitter, Facebook, instagram.

Για να έχουν άμεση απάντηση τα μηνύματα των πελατών χρειάζεται η επιχείρηση να ακολουθήσει μια πολιτική που θα πρέπει να την εφαρμόζουν όλοι οι εργαζόμενοι. Αυτό θα εφαρμοστεί εάν η επιχείρηση λειτουργεί 24 ώρες. Η αποφυγή μεγάλων καταλόγων για την αναζήτηση προϊόντων θα είναι προς όφελός της. Η χρήση των καναλιών επικοινωνίας και οι οδηγίες περιήγησης στο ηλεκτρονικό κατάστημα είναι απαραίτητες.

6.8 Πολιτική ασφάλειας

Η χρήση πολιτικών ασφαλείας εξυπηρετεί την ασφάλεια και την καλή συνεργασία μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών της. Κάποιες από τις πολιτικές ασφαλείας που χρειάζεται είναι:

1. Η εγγύηση ποιότητας των προϊόντων.
2. Η απουσία κινδύνου και ο περιορισμός στον τρόπο πληρωμής.
3. Αντικατάσταση των προϊόντων και πολιτική επιστροφής ανεπαρκών προϊόντων εάν δεν είναι αυτό που έχει παραγγείλει ο πελάτης.
4. Η εφαρμογή κρυπτογράφησης και η ασφάλιση ότι τα στοιχεία των αγορών είναι κωδικοποιημένα και η αποστολή τους γίνεται με απόλυτη ασφάλεια.
5. Η βεβαιότητα ότι οι πελάτες δεν θα έρθουν στην δύσκολη θέση να πληρώσουν χρεώσεις που απεικονίζονται στους λογαριασμούς τους αλλά έχουν γίνει από κάποιον τρίτο εν αγνοία τους.
6. Να είναι ξεκάθαροι οι όροι και οι λεπτομέρειες σχετικά με την αγορά ή ενοικίαση προϊόντων.

6.9 Λειτουργικά μέρη του καταστήματος

Εγγραφή

Η εγγραφή του πελάτη επιτυγχάνεται με την είσοδό του στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Κάνοντας την εγγραφή του ο χρήστης του παρουσιάζονται τα προϊόντα με βάση τις προτιμήσεις και τις ανάγκες πεδίων. Ο πελάτης έχει το δικαίωμα με την εφαρμογή της εξατομίκευσης να παρακολουθεί τις υπάρχουσες υπηρεσίες, το περιεχόμενο και την πλοήγηση ενός καταστήματος. Στην διαδικασία της εγγραφής πρέπει να συμπληρώσει κάποια στοιχεία όπως:

1. Επώνυμο.
2. Όνομα.
3. Διεύθυνση πελάτη/αποστολή προϊόντος.
4. Στοιχεία πιστωτικής κάρτας.
5. E-mail.
6. Password.
7. Login.
8. Στοιχεία απόδειξης/τιμολόγησης.
9. Επιβεβαίωση password.

Είσοδος Log in

Εφόσον έχει προηγηθεί η εγγραφή του χρήστη, το επόμενο βήμα είναι η αναγνώρισή του από το σύστημα. Με την συγκεκριμένη διαδικασία ξεχωρίζουν οι ίδιοι χρήστες που μπαίνουν με διαφορετικά IPs αλλά και διαφορετικοί χρήστες που έχουν την ίδια IP. Η συμπλήρωση του login και του password βοηθάει στην αναγνώριση του χρήστη. Εάν κάποια στιγμή ο χρήστης ξεχάσει το password του, υπάρχουν μηχανισμοί βοήθειας.

Ο κατάλογος

Με την παρουσία των ηλεκτρονικών καταστημάτων ο χρήστης έχει την δυνατότητα να:

1. Πληροφόρηση.
2. Αναζήτηση.
3. Διαθεσιμότητα των προϊόντων.
4. Το τελείωμα των αγορών με την εισαγωγή των προϊόντων στο καλάθι.
5. Ταξινόμηση των προϊόντων σε κατηγορίες.
6. Προβολή των προϊόντων.

Η παρουσίαση των προϊόντων

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που θέλει να αποκτήσει πελάτες πρέπει να έχει μια καλή παρουσίαση προϊόντος. Η παρουσίαση χρειάζεται να περιλαμβάνει:

1. Κατηγορία στην οποία έχει ενταχθεί.
2. Τιμή του προϊόντος.
3. Περιγραφή του προϊόντος.
4. Διάρκεια του χρόνου αποστολής.
5. Κωδικό του προϊόντος.
6. Χαρακτηριστικά του προϊόντος.
7. Εισαγωγή στο καλάθι αγορών.
8. Εικόνα και βίντεο του προϊόντος.

Προχωρημένες δυνατότητες καταλόγου

Το cross-selling και up-selling είναι προχωρημένες δυνατότητες του καταλόγου που δίνουν την άμεση πρόσβαση σε προϊόντα που χρειάζεται.

1. **Up-selling:** Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει προϊόντα καλύτερα και σε ποιότητα και σε χαρακτηριστικά.
2. **Cross-selling:** Ο πελάτης ενημερώνεται για τα προϊόντα που βλέπει την ίδια χρονική στιγμή.
3. Δυνατότητα σύγκρισης χαρακτηριστικών και τιμών των προϊόντων.
4. Οι πελάτες που έχουν ήδη ευχαριστηθεί το προϊόν, βαθμολογούν, κριτικάρουν και σχολιάζουν αυτό.
5. Απεικονίζονται διάσημα προϊόντα.
6. Η σύνδεση με τα διάφορα κοινωνικά δίκτυα.

Η αναζήτηση

1. Γρήγορη αναζήτηση: Η αναζήτηση γίνεται με ένα όρισμα και την εφαρμογή αυτή μπορεί να την βρει ο πελάτης σε όλες τις σελίδες του e-shop.
2. Απλή αναζήτηση: Η αναζήτηση γίνεται έχοντας την κατηγορία, το όνομα του προϊόντος και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος.
3. Προηγμένη αναζήτηση: Προκειμένου ο χρήστης να βρει το προϊόν έχει το δικαίωμα να επιλέξει λογικούς τελεστές και πεδία όπως: NOT, AND, OR.

Το καλάθι αγορών

Το καλάθι αγορών θα πρέπει να φαίνεται αν είναι γεμάτο ή όχι και ο πελάτης θα πρέπει να έχει εύκολη πρόσβαση σε αυτό. Το καλάθι θα πρέπει να απεικονίζει την λίστα με τα προϊόντα που έχουμε διαλέξει και να λέει το συνολικό κόστος των αγορών και το κατά μονάδα κόστος. Οι λειτουργίες που έχει:

1. Η αλλαγή της ποσότητας.

2. Η απόσυρση ή η συμπλήρωση των προϊόντων μέσα στο καλάθι.
3. Η αποθήκευση του περιεχομένου του καλαθιού.
4. Το άδειασμα του καλαθιού.
5. Η εκτύπωση του περιεχομένου.
6. Ο υπολογισμός του συνολικού κόστους.
7. Η αυτόματη αλλαγή του νομίσματος για την εκπλήρωση της πληρωμής για τις αγορές και των εξόδων αποστολής.
8. Η μετάβαση στην επόμενη εφαρμογή που είναι το ταμείο.

Το ταμείο

Προκειμένου να πάει το προϊόν στον πελάτη χρειάζεται ο χρήστης να πάει στο ταμείο και να συμπληρώσει τα στοιχεία του. Τα στοιχεία είναι:

1. Η ημερομηνία παράδοσης του προϊόντος.
2. Η μορφή συσκευασίας κ.τ.λ.
3. Η διεύθυνση.

Εάν ο χρήστης θέλει να πάει το προϊόν στον προορισμό του, χρειάζεται να κάνει την εγγραφή εκείνη την στιγμή.

Η πληρωμή

Η πραγματοποίηση πληρωμής της παραγγελίας θα γίνει εφόσον ο χρήστης συμπληρώσει τα στοιχεία του λίγο πριν αφήσει το ηλεκτρονικό κατάστημα. Η πληρωμή μπορεί να γίνει: πιστωτική κάρτα, αντικαταβολή, pay pall κ.τ.λ. Στο τέλος πρέπει να απεικονίζεται ένα μήνυμα πως η ολοκλήρωση της πληρωμής πραγματοποιήθηκε με επιτυχία και επίσης ο χρήστης εάν το επιθυμεί να σταματήσει την παραγγελία.

Η παράδοση και αξιολόγηση του προϊόντος

Ο χρήστης από την στιγμή που θα ολοκληρωθεί η διαδικασία της πληρωμής χρειάζεται να πάρει το προϊόν που παράγγειλε και να το αξιολογήσει. Η διαδικασία αγοράς του προϊόντος θα πραγματοποιηθεί εφόσον το παραλάβει ο πελάτης. Το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι αναγκαίο να ελέγχει το προϊόν και το χρονικό του διάστημα παράδοσης μέχρι να πάει στον πελάτη.

6.10 Τρόποι προώθησης ηλεκτρονικών καταστημάτων στο διαδίκτυο

1. **Η φιλοξενία διαφημίσεων σε άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα:** Η συγκεκριμένη διαδικασία δεν είναι ιδιαίτερα γνωστή στην Ελλάδα.
2. **Άλλες τεχνικές όπως:** Κουπόνια, προσφορές για τους καλούς πελάτες, διαγωνισμοί και γενικά προσφορές.
3. **Οι μηχανές αναζήτησης και οι τόποι μαζικής προσέλευσης:** Οι χρήστες τα βρίσκουν εύκολα και τα λειτουργούν, για αυτό και είναι πολύ γνωστά μέσα για την αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο.
4. **Οι τόποι διάθεσης περιεχομένου:** Ηλεκτρονικά περιοδικά, ηλεκτρονικές εφημερίδες, θεματικοί δικτυακοί κατάλογοι, portals, κ.τ.λ.

Κεφάλαιο 7 –Εγκατάσταση του wordpress και κατασκευή καταστήματος

7.1 Wordpress

Λόγοι επιλογής πλατφόρμας

Ο κάθε χρήστης ο οποίος δεν έχει γνώσεις προγραμματισμού ,μπορεί να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα μέσω του συστήματος wordpress .Οι χρήστες δεν επεξεργάζονται άμεσα τον κώδικα php.Επεξεργάζεται γραφικά στοιχεία .Οι δυνατότητες που μας παρέχει είναι πολλές ,όπως να δημιουργήσουμε κατηγορίες, υποκατηγορίες και σχετικά άρθρα ,όπως επίσης υπερσυνδέσμους. Οι λόγοι που επιλέξαμε το wordpress είναι :

1. Επικοινωνία με τους επισκέπτες.
Οι φόρμες επικοινωνίας οι οποίες συμπληρώνοντας τα προσωπικά στοιχεία και το θέμα συζήτησης έτσι γίνεται η επικοινωνία χρηστών και διαχειριστών της σελίδας. Επίσης σε κάθε άρθρο που δημοσιεύεται μπορεί ο καθένας να σχολιάσει την γνώμη του.
2. Υψηλή προσβασιμότητα.
Για αλλαγές χρειάζεται είναι ένας υπολογιστής. Τα στοιχεία του διαχειριστή της σελίδας μπορεί να γίνουν αλλαγές από κάθε σημείο στον κόσμο.
3. Ενημέρωση του περιεχομένου.
Η ενημέρωση της σελίδας από άρθρα γίνεται σε λίγα δευτερόλεπτα. Φαίνεται και από τα blogs που ανεβάζουν ειδήσεις.
4. Προστασία συζητήσεων.
5. Εξοικονόμηση χρημάτων.
Είναι εύκολο να γίνουν αλλαγές στην σελίδα,χωρίς κάποια βοήθεια προγραμματιστικών γνώσεων.
6. Συμβατότητα με τα κινητά και tablets.
Το Wordpress προσαρμόζεται ανάλογα με την οθόνη κινητού και tablet με την χρήση css.
7. Έχει περισσότερες εγκαταστάσεις από το joomla και το drupal.
8. Περισσότερα δωρεάν θέματα από joomla και drupal..
9. Παρέχει περισσότερα plugins από το joomla και drupal.

10. Έυκολο στην εγκατάσταση.
11. Εξωτερικοί συχεδιαστές και προγραμματιστές παρέχουν plugin και θέματα δωρεάν ή φθηνότερα.
12. Παρέχει forums υποστήριξης σχετικά με το wordpress site, είναι δωρεάν εύχρηστα και αποτελεσματικά.
13. Τέλος, κάθε χρήστης χωρίς προγραμματιστικές γνώσεις, μπορεί εύκολα να δημιουργήσει μία ιστοσελίδα.

(Μπίκας)

7.2 Εγκατάσταση του wampserver

WampServer

Το WAMP είναι το πακέτο που αναφέρει τα μέρη μιας πλατφόρμας για την ανάπτυξη ισχυρών ιστοσελίδων και webεφαρμογών. Η εγκατάσταση των αναγκαίων προγραμμάτων που χρειάζεται ο υπολογιστή σας γίνεται με την βοήθεια του WAMP. Για έναν τοπικό webserver έχει λειτουργικό WINDOWS. Οι λέξεις Windows, Apache, MySQL και Php είναι τα αρχικά του WAMP. Ο server είναι το λειτουργικό που χρησιμοποιεί ο Apache. Η αποθήκευση πληροφοριών γίνεται από το MySQL που είναι ένα σύστημα βάσεων δεδομένων. Οι webσελίδες δημιουργούνται από την Php που είναι μια γλώσσα προγραμματισμού και η εγκατάσταση και το τρέξιμο του WAMP γίνεται από το λειτουργικό των Windows. Το WAMP απευθύνεται σε όποιον θέλει έναν webserver, σε τοπικές εταιρείες και σε χρήστες που θέλουν να χρησιμοποιήσουν πλατφόρμες.

- 1) Κάνουμε αναζήτηση στο Google το WAMPSEVER. Αυτή η εικόνα είναι η αρχική σελίδα του WAMPSEVER.



- 2) Κλικάρουμε στο DOWNLOADS και ανάλογα με το λειτουργικό σύστημα του ηλεκτρονικού υπολογιστή μας επιλέγουμε είτε 64 bit είτε 32 bit. Εμείς επιλέγουμε το 64 bit.



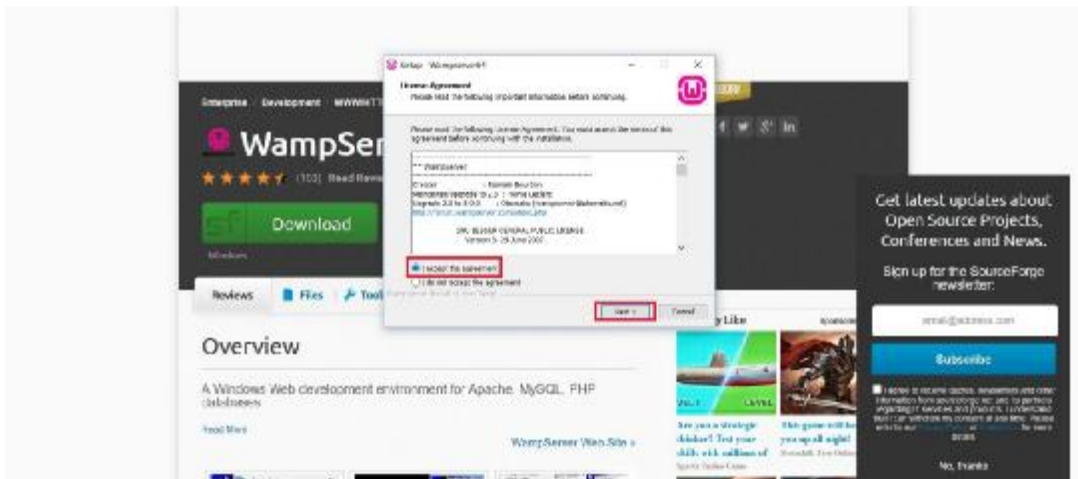
- 3) Σε αυτό το σημείο κατεβάζει το αρχείο.



4) Εδώ γίνεται η επιλογή της γλώσσας. Εμείς επιλέγουμε English.



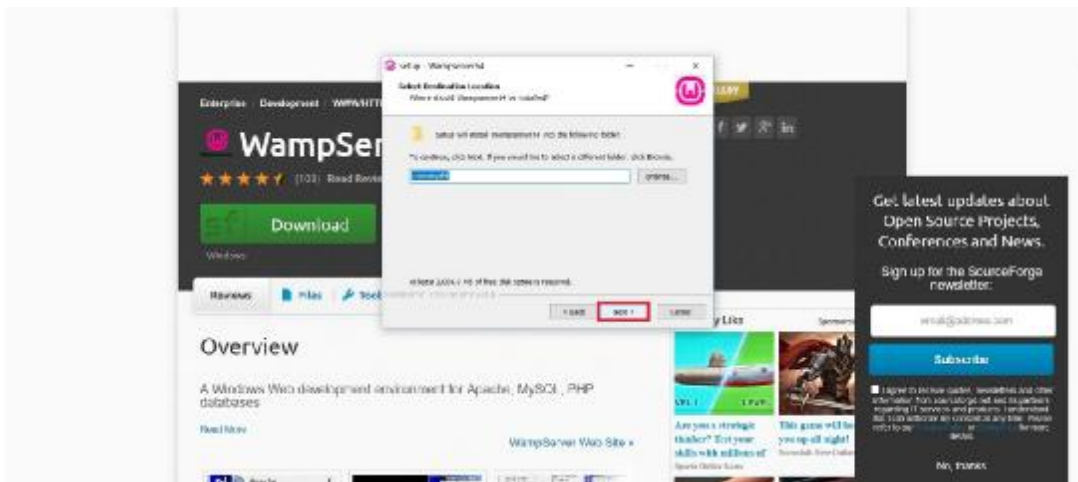
- 5) Εφόσον διαβάσουμε τους όρους και συμφωνούμε με αυτούς πηγαίνουμε και κλικάρουμε την επιλογή Iaccepttheagreement και μετά πατάμε Next.



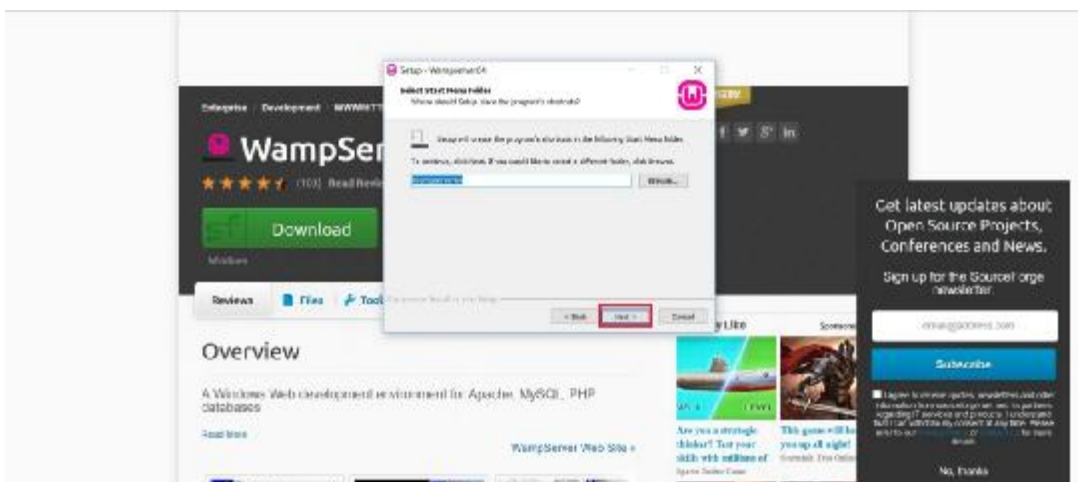
- 6) Στο συγκεκριμένο παράθυρο μας αναφέρει συγκεκριμένες πληροφορίες για την λειτουργία του WAMP SERVER. Για παράδειγμα Visual C++ Packages below. Μετά πατάμε Next.



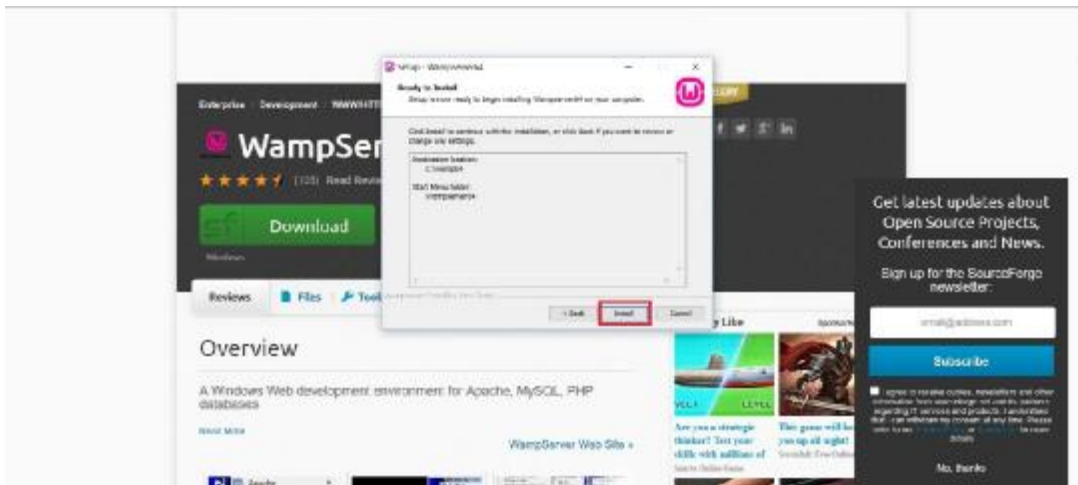
- 7) Επιλέγουμε τον φάκελο για την εγκατάσταση του WAMPSEVER. Συνήθως τον διαλέγει αυτόματα. Εμείς πατάμε την εντολή Next.



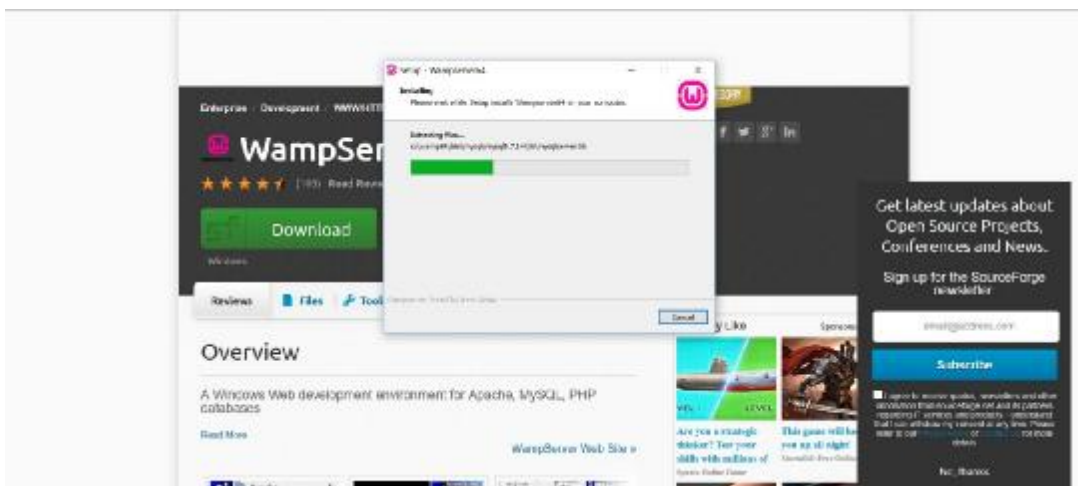
8) Εδώ μας ενημερώνει ότι θα δημιουργηθεί ένα εικονίδιο συντόμευσης. Πατάμε Next.



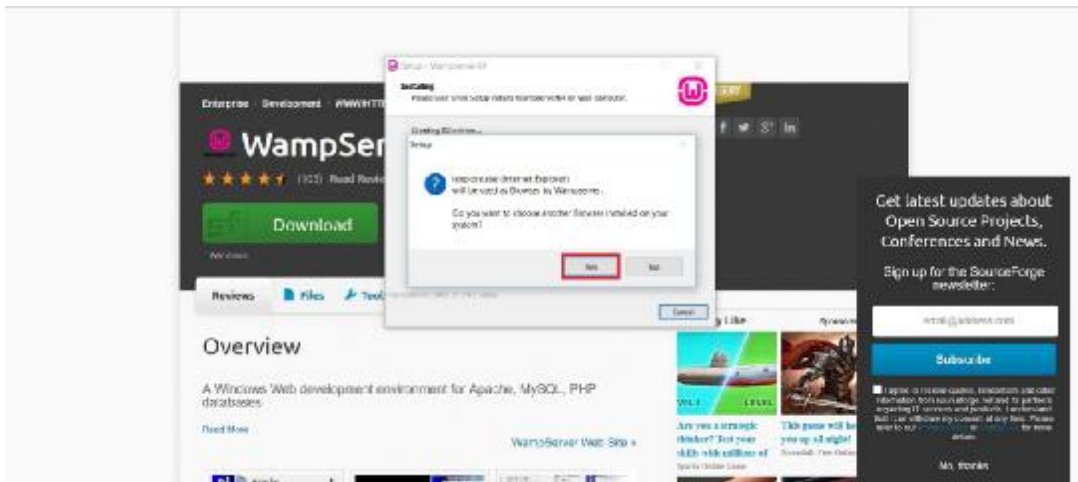
9) Σε αυτό το παράθυρο ελέγχουμε εάν είναι οι σωστές και πατάμε Install.



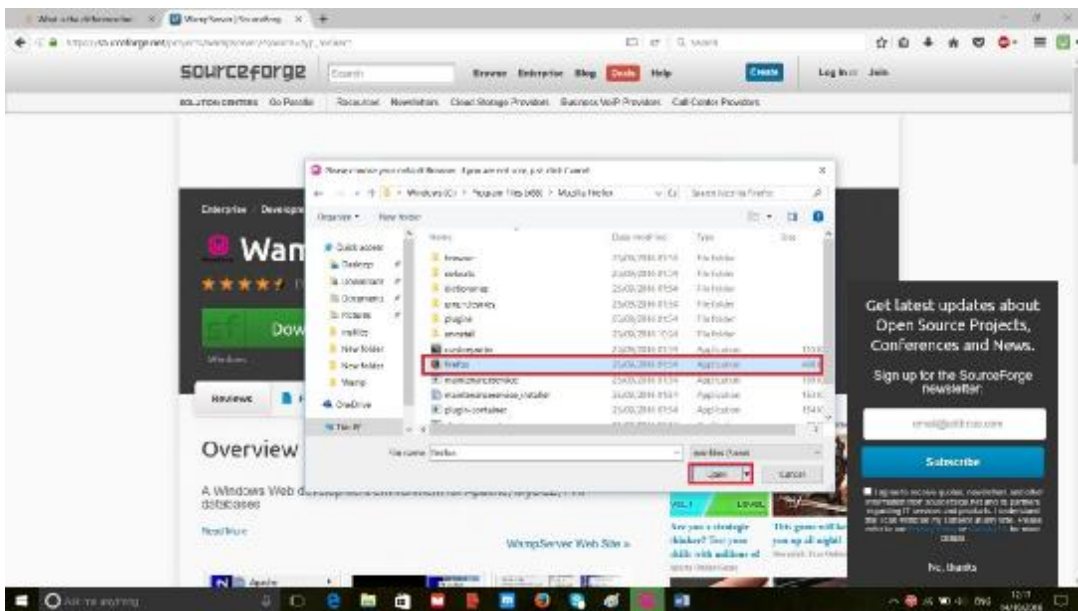
10) Σε αυτό το παράθυρο εμφανίζεται η αρχή της εγκατάστασης του WAMPSEVER και περιμένουμε την ολοκλήρωσή της.



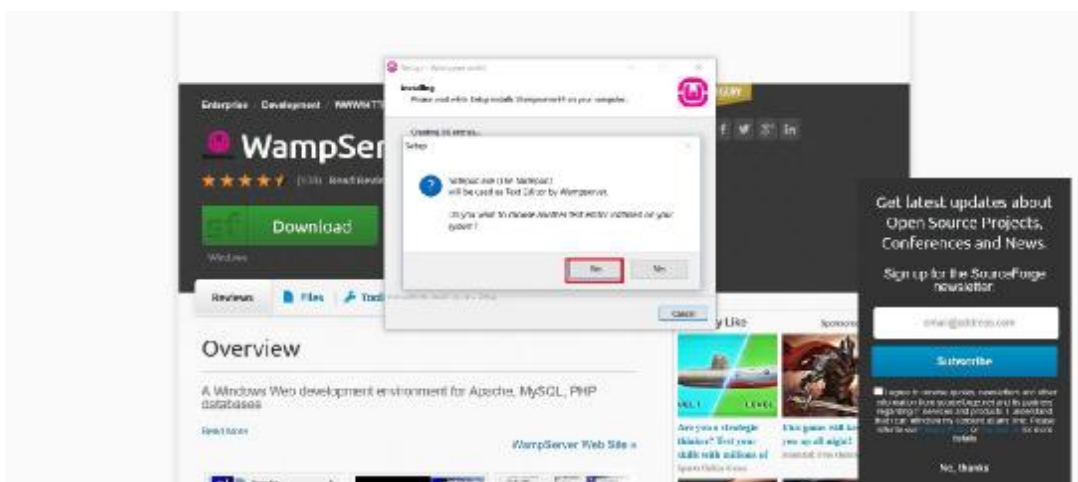
11) Επειδή το WAMPSEVER θα χρησιμοποιήσει ως φυλλομετρητή (Browser) το InternetExplorer, μας δίνει την δυνατότητα αλλαγής του φυλλομετρητή (Browser). Εμείς θέλουμε να τον αλλάξουμε και πατάμε Yes.



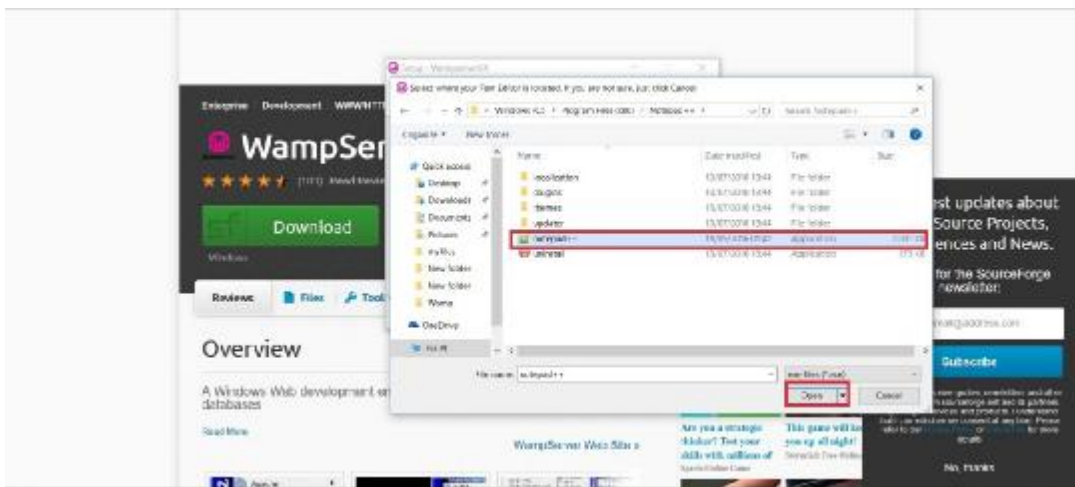
12) Ανοίγουμε τον φάκελο Firefox, επιλέγουμε την εφαρμογή Firefox και πατάμε Open.



13) Το WAMPSEVER θα χρησιμοποιήσει το NotePad ως TextEditor και μας δίνει την δυνατότητα αλλαγής. Εμείς θέλουμε να το αλλάξουμε και πατάμε Yes.



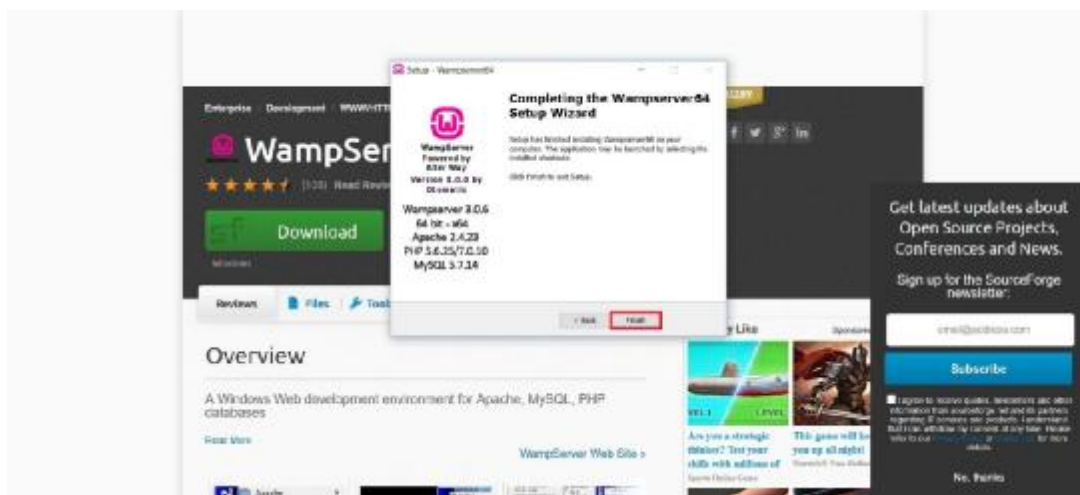
14) Ανοίγουμε τον φάκελο notepad++ και επιλέγουμε την εφαρμογή notepad++ και πατάμε Open.



15) Μας δίνει σημαντικές πληροφορίες για το phpMyAdmin. Για παράδειγμα UserName, Password. Πατάμε Next.



16) Η εγκατάσταση έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς και μπορούμε να ξεκινήσουμε τη χρήση του WAMP SERVER. Πατάμε Finish για να αρχίσουμε.



7.3 Βάσεις Δεδομένων

Η έννοια δεδομένα (data) είναι σύνολο στοιχείων που συμπεριλαμβάνουν όλες τις πληροφορίες τις οποίες μπορούμε να αποθηκεύσουμε στον σκληρό δίσκο ή και στο λογισμικό. Παραδείγματα δεδομένων είναι οι διευθύνσεις, τα ονόματα, τα τηλέφωνα και γενικά τα προσωπικά στοιχεία.

7.4 Σύστημα Διαχείρισης Δεδομένων

Το Σύστημα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων (ΣΔΒΔ)- (Database Management System) (DBMS) είναι ένα σύνολο λογισμικών προγραμμάτων που ελέγχει την αποθήκευση, την ανάκτηση δεδομένων, την διαχείριση και την οργάνωση σε κάποια βάση δεδομένων. Ο στόχος ενός ΣΔΒΔ είναι να βρει έναν αποτελεσματικό στόχο για την ανάκτηση και την αποθήκευση όλων των πληροφοριών από τις βάσεις δεδομένων. Για την διαχείριση μεγάλων κομματιών πληροφοριών είναι υπεύθυνα τα ΣΔΒΔ. Οι κατηγορίες των ΣΔΒΔ σχηματίζονται σύμφωνα με τις δομές και τους τύπους των δεδομένων. Τα μοντέλα οργάνωσης είναι 4, συγκεκριμένα είναι το σχεσιακό, το ιεραρχικό. Το μοντέλο συσχετίσεων-οντοτήτων και το δικτυωτό και όλα αυτά είναι κοινά μεταξύ τους. Γενικά το ΣΔΒΔ κατέχει πολύ περισσότερα από ένα μοντέλο οργάνωσης διότι οι βάσεις δεδομένων διαχειρίζονται τεράστιο αριθμό δεδομένων που είναι αποθηκευμένα. Οι χρήστες έχουν το δικαίωμα να κάνουν ανάλυση στις εγγραφές, να ανανεώνουν σύμφωνα με τα δικά τους θέλω και να κάνουν αλληλεπίδραση χάρης στην γλώσσα ερωτημάτων (query language). Για να μην μπορούν να έχουν πρόσβαση τρίτοι χρήστες και να μπορεί να διατηρηθεί ο έλεγχος της ασφάλειας βάζει κωδικούς πρόσβασης. Τα ΣΔΒΔ και τα λογισμικά τρέχουν από τους server των βάσεων δεδομένων που είναι μορφοποιημένοι υπολογιστές και έχουν τις πραγματικές βάσεις. Οι servers είναι πολυεπεξεργαστές με μερικές διατάξεις σκληρών δίσκων RAID και χρησιμοποιούνται για την αποθήκευση και την σύνδεση με άλλους υπολογιστές και έτσι να μπορεί να υπάρξει συναλλαγή δεδομένων. Άλλες λειτουργίες των ΣΔΒΔ είναι η αλληλεπίδραση

με το χρήστη, η συνεργασία, η διατήρηση ακεραιότητας των δεδομένων, η παροχή εφεδρικών δεδομένων, ο έλεγχος ασφάλειας και η ανεξαρτησία δεδομένων.

7.5 Τι είναι PhpMyadmin

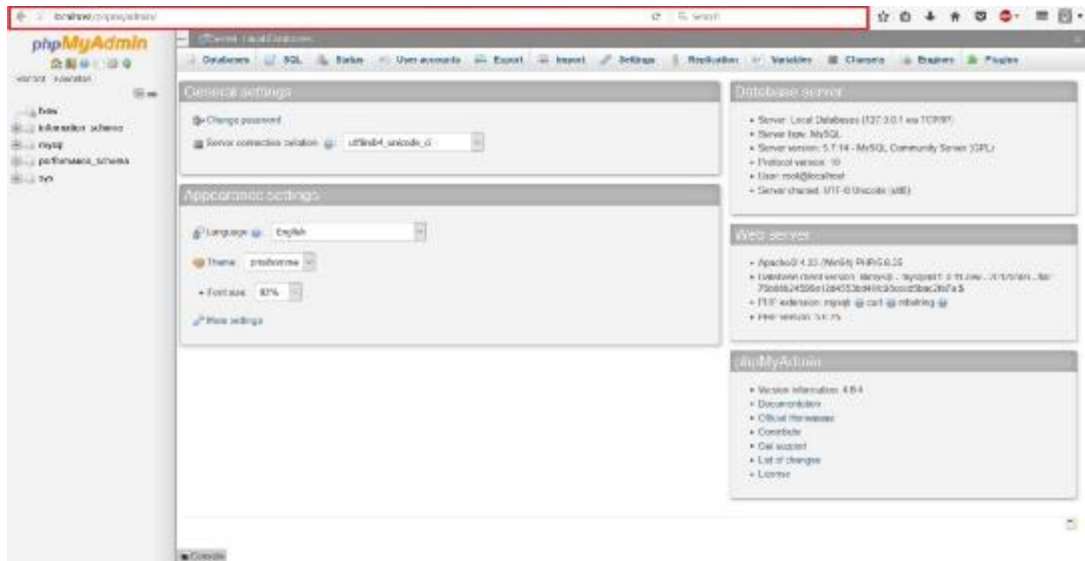
Για την διαχείριση εξυπηρετητών MySQL είναι υπεύθυνο το PhpMyadmin που είναι η εφαρμογή LAMP. Επεξεργάζεται από τους περιηγητές ιστοσελίδων και είναι γραμμένη σε PHP. Ένα γραφικό περιβάλλον έχει δοθεί από το PhpMyadmin για τις εργασίες διαχείρισης βάσεων δεδομένων. Για την διαχείριση πινάκων, βάσεων δεδομένων, πεδία πινάκων και MySQL Server είναι υπεύθυνο ένα σύνολο phpscripts. Το PhpMyadmin είναι λογισμικό ανοιχτού κώδικα και είναι μεταφρασμένο σε 73 γλώσσες ανάμεσά τους και τα ελληνικά.

7.6 Δυνατότητες του PhpMyadmin

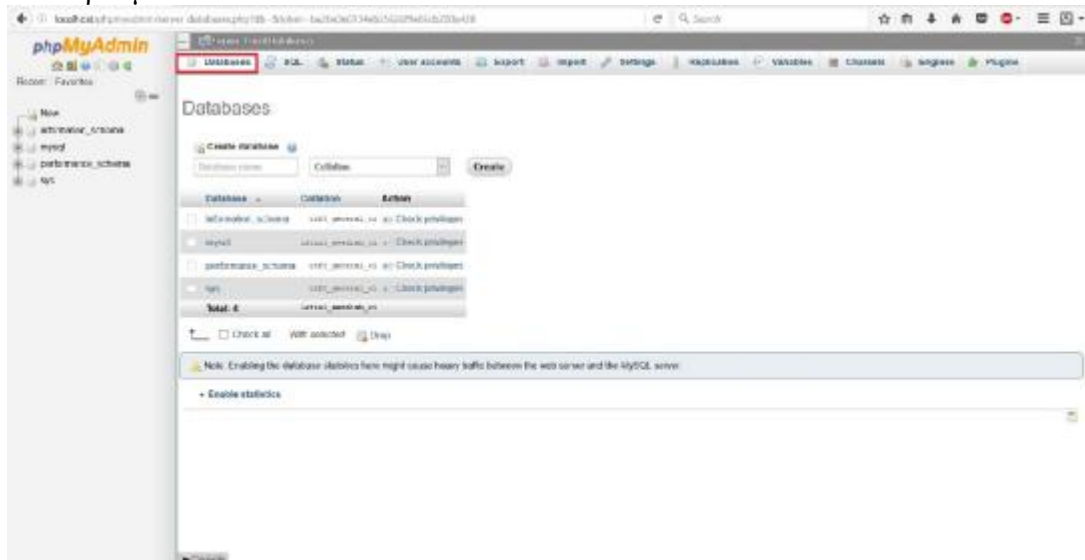
1. Μπορεί να κάνει επεξεργασία, να αντιγράψει, να δημιουργεί, να διαγράψει και να αλλάζει την ονομασία σε πίνακες.
2. Μπορεί να ανεβάζει αρχεία κειμένου σε πίνακες.
3. Τους πίνακες που προέρχονται από dump βάσης μπορεί και τους δημιουργεί αλλά και τους διαβάζει.
4. Εξάγει δεδομένα σε μορφή XML, CVS και LATEX.
5. Φτιάχνει PDF γραφικών του layout της βάσης δεδομένων.
6. Διαχειρίζεται αρκετούς διακομιστές ταυτόχρονα.
7. Διαχειρίζεται τα κλειδιά στα πεδία.
8. Κάνει συντήρηση της βάσης.
9. Μπορεί να δημιουργήσει ή να διαγράψει μια βάση δεδομένων.
10. Διαχειρίζεται τα δικαιώματα και τους χρήστες του MySQL.
11. Κάνει αναζητήσεις σε όλη την βάση δεδομένων ή σε ένα μέρος της.
12. Κάνει εκτέλεση ομαδικών ερωτημάτων (batch) αλλά και μεμονομένων SQL.

7.7 Δημιουργία βάσεις δεδομένων στο phpmysqlAdmin

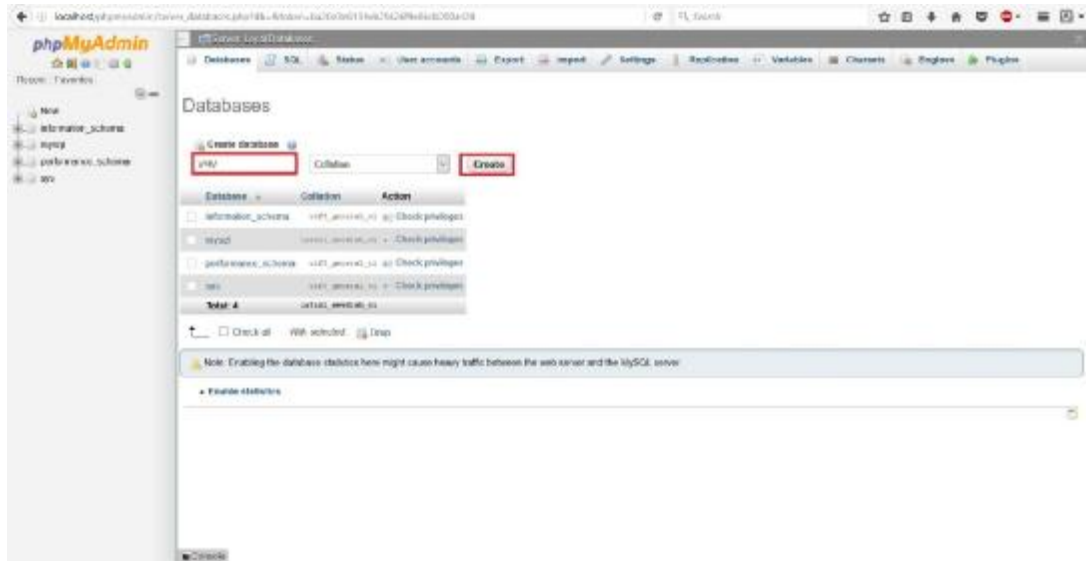
- 1) Για να ανοίξουμε το phpMyAdmin πληκτρο
- 2) Πληκτρολογούμε την διεύθυνση localhost/phpmyadmin.



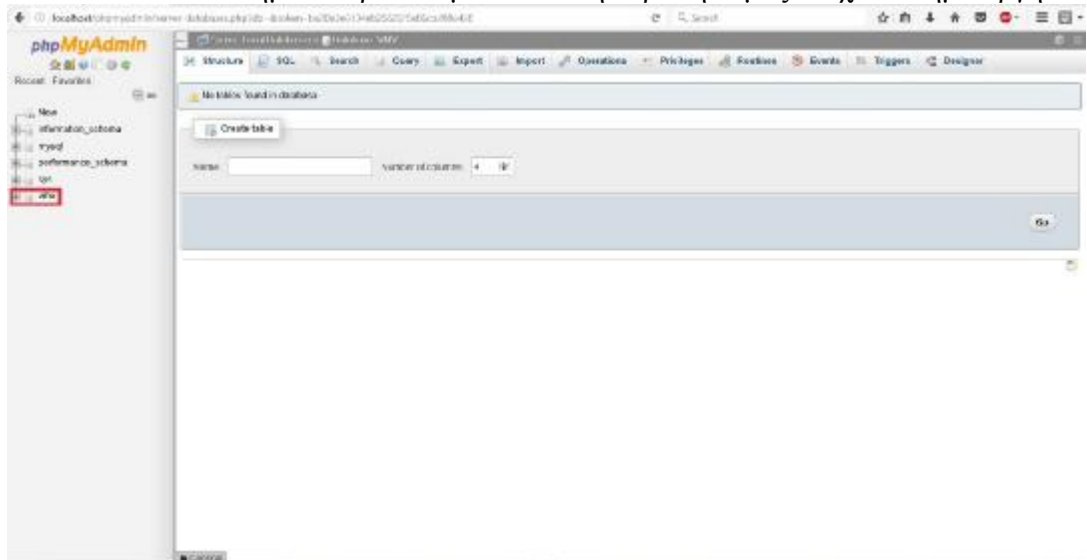
3) Κλικάρουμε το **Databases.**



4) Ονομάζουμε την βάση μας VMV και πατάμε Create για την δημιουργία της.

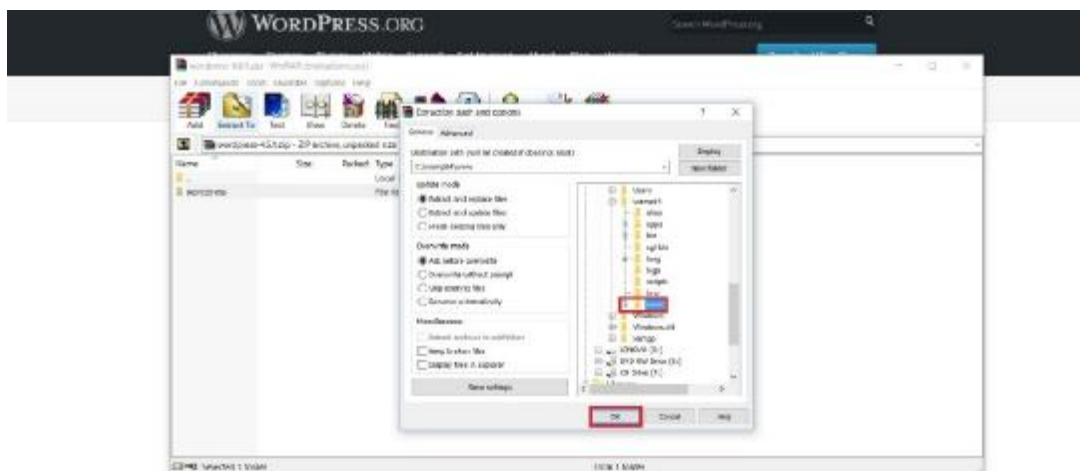


5) Σε αυτό το σημείο βλέπουμε ότι η βάση μας έχει δημιουργηθεί.



7.8 Εγκατάσταση του wordpress

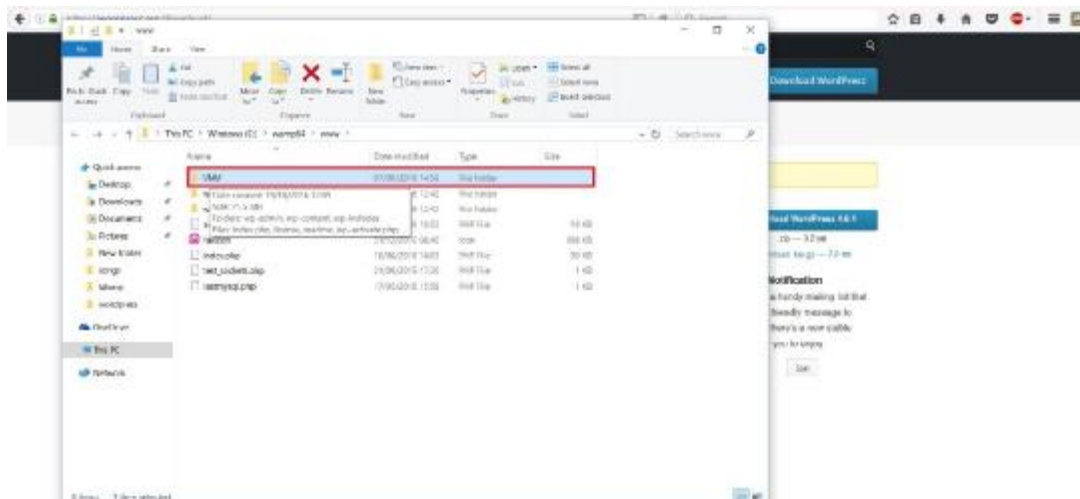
- 1) Εφόσον κατεβάσουμε το αρχείο του WordPress το κάνουμε αμέσως αποσυμπίεση στον φάκελο www και πατάμε OK.



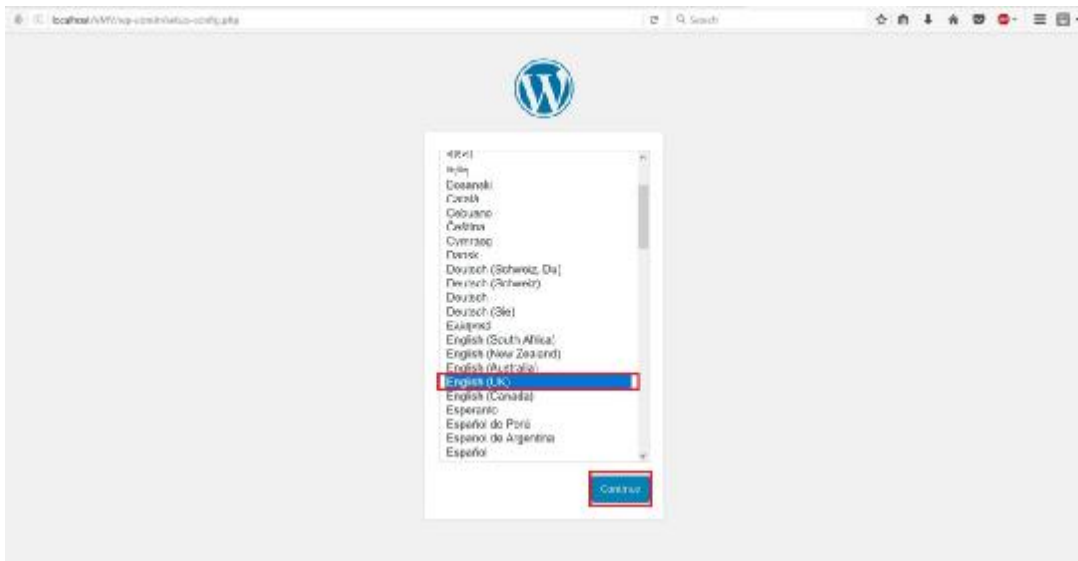
2) Εδώ βλέπουμε την αποσυμπίεση του αρχείου μας.



3) Σε αυτό το σημείο μετονομάζουμε το αρχείο WordPress σε VMV.



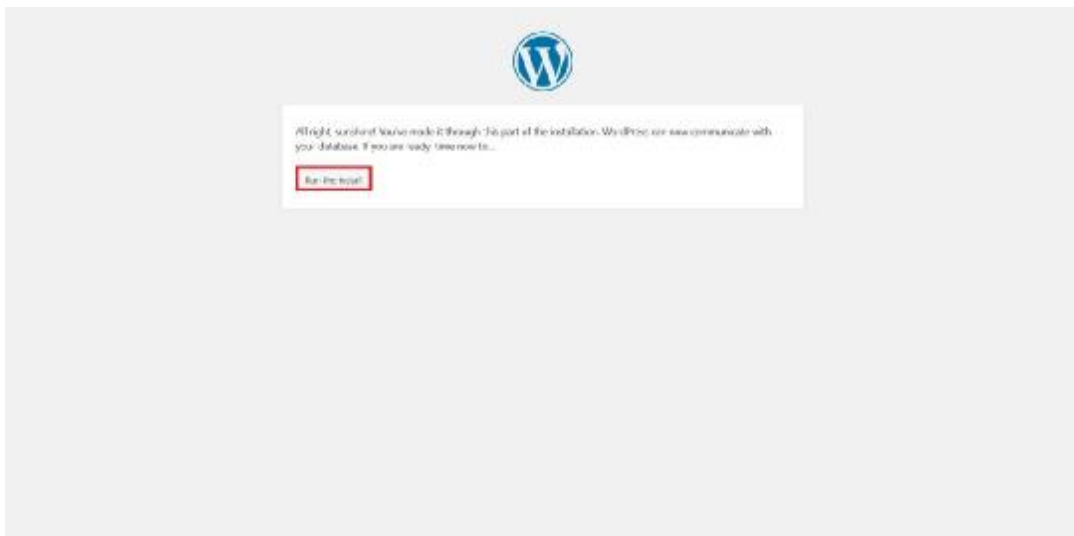
- 4) Εδώ επιλέγουμε η γλώσσα μας να είναι English και πατάμε Continue για να συνεχίσουμε.



- 5) Εδώ συμπληρώνουμε τα στοιχεία της βάσης μας και πατάμε Submit.



5a) Πατάμε Runtheinstall ώστε να επικοινωνήσει το WordPress με την βάση μας.



6) Ονομάζουμε το site μας σε VMV. Συμπληρώνουμε και τα υπόλοιπα στοιχεία και πατάμε InstallWordPress για να εγκαταστήσουμε το WordPress.



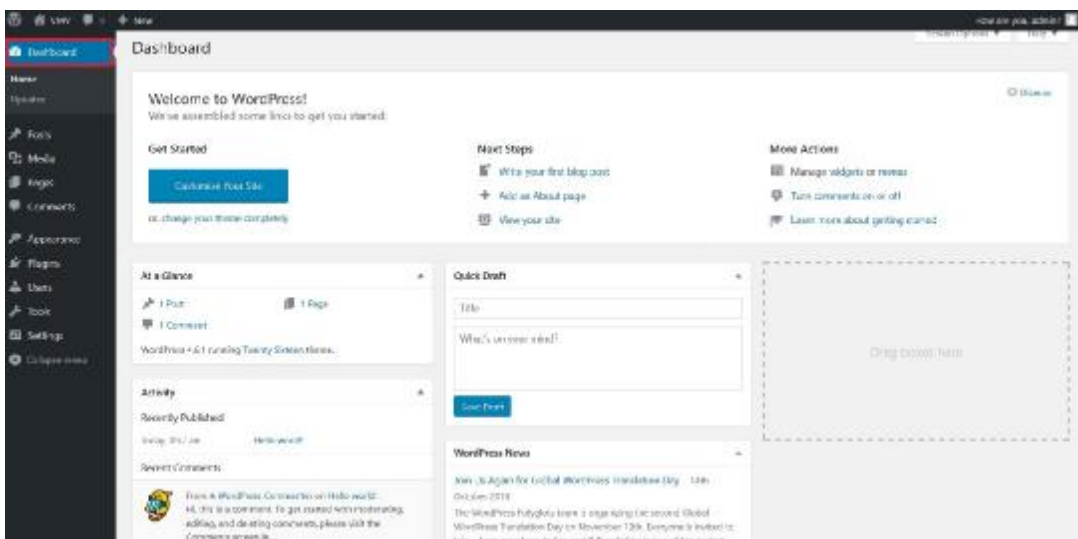
- 7) Σε αυτό το παράθυρο μας ενημερώνει ότι η εγκατάσταση ήταν επιτυχής και για να συνδεθούμε πατάμε Login.



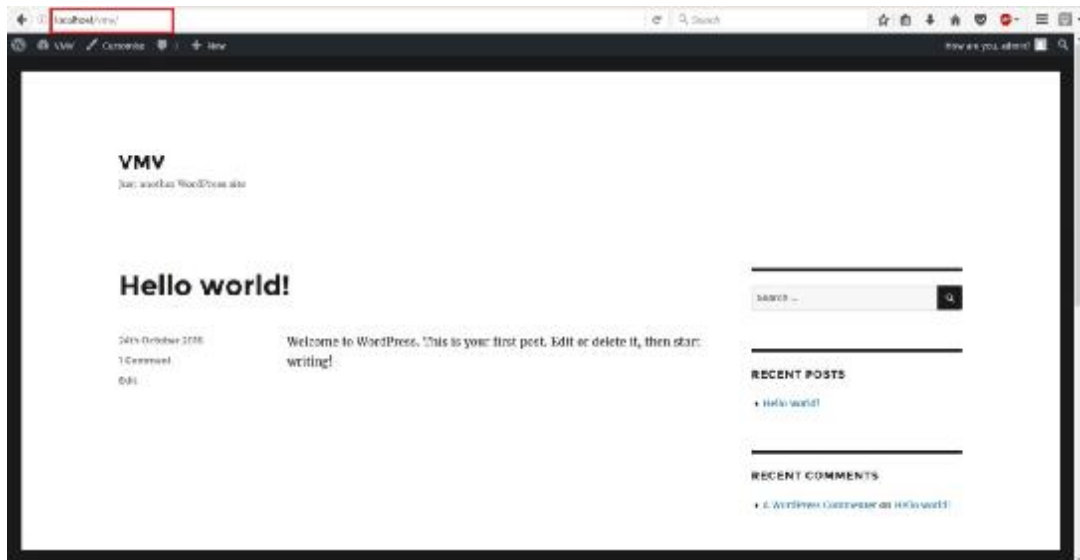
- 8) Εδώ βάζουμε το όνομα και το συνθηματικό και πατάμε Login.



9) Εδώ βλέπουμε τον Πίνακα Ελέγχου.



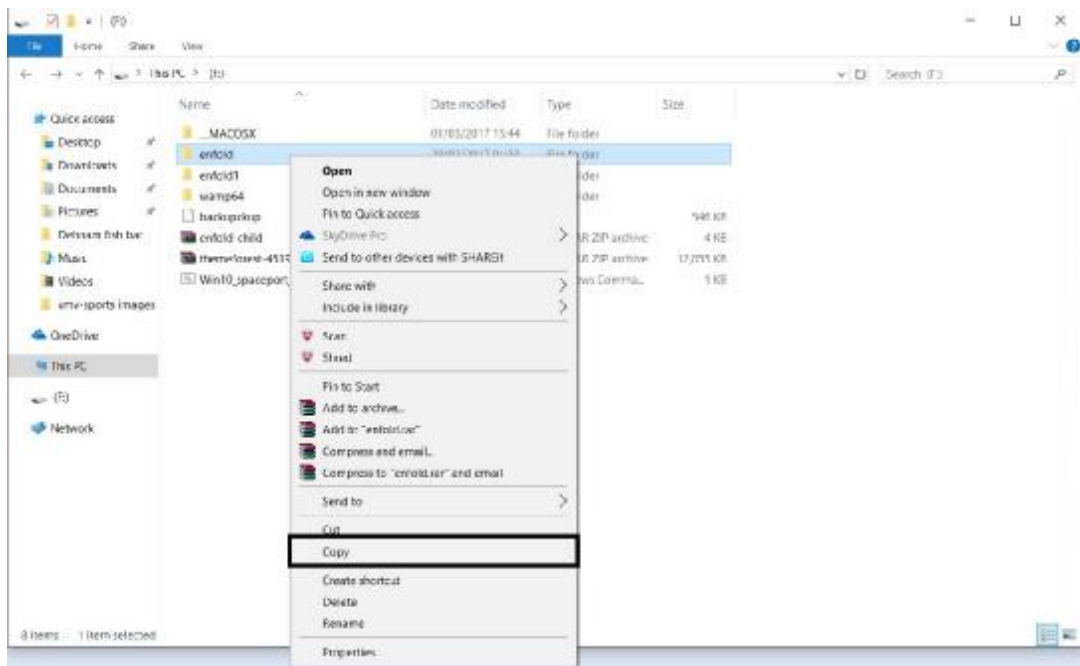
10) Για να επισκεφτούμε το site μας πληκτρολογούμε το localhost/vmn.



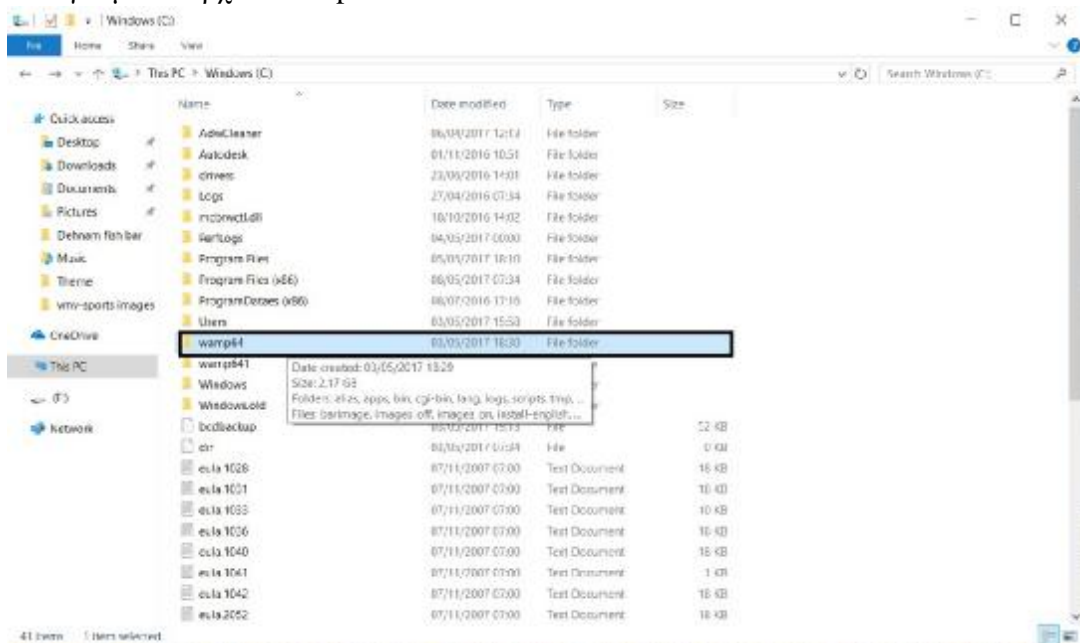
7.9 Βήματα

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΘΕΜΑΤΟΣ ΣΤΟ WORDPRESS (Theme)

1. Για να εισάγουμε το θέμα κλικάρουμε το Appearance και μετά το Themes.
2. Κάνουμε αντιγραφή τον φάκελο.



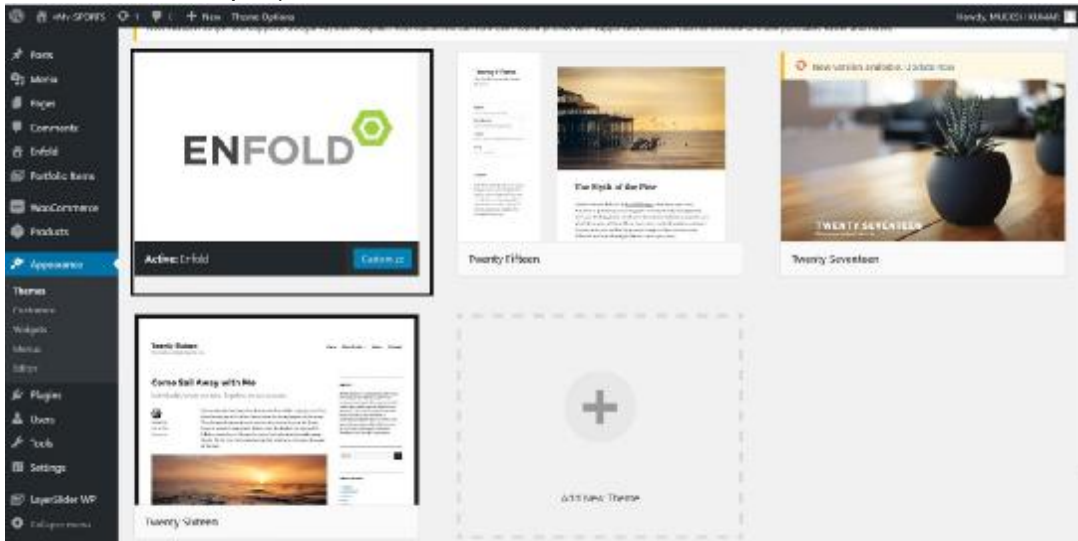
3. Ανοίγουμε το αρχείο wamp64.



4. Πηγαίνουμε στον φάκελο www και μετά ENFOLD(Είναι το αρχείο που έχει εγκατασταθεί το Wordpress). Μετά πατάμε wp-content και themes(Σε αυτό το σημείο κάνουμε επικόλληση τον φάκελο που είχαμε κάνει αντιγραφή).

Η συγκεκριμένη διαδικασία έγινε προκειμένου να εμφανιστεί το θέμα μέσα στο WP.

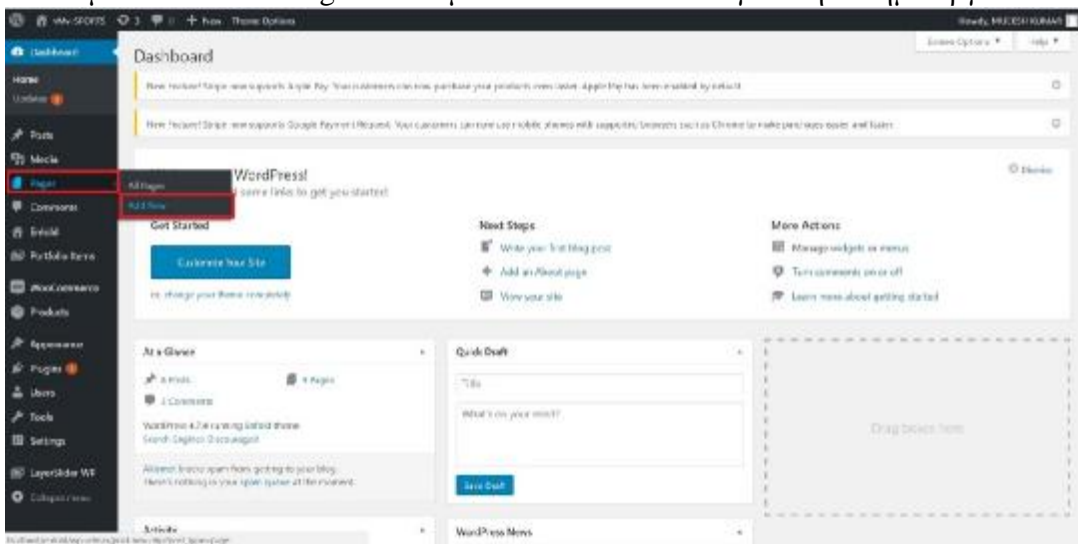
5. Για να ενεργοποιήσουμε το θέμα που εισαγάγαμε πηγαίνουμε στο Appearance μετά Themes και κλικάρουμε το ActiveEnfold.



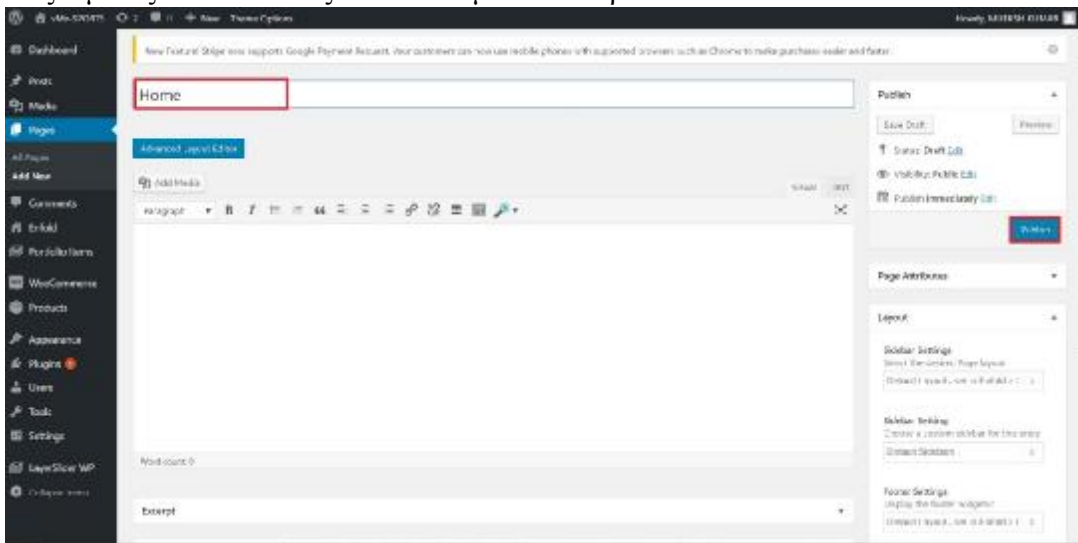
6. Εδώ βλέπουμε την ενεργοποίηση του θέματος.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΕΛΙΔΑΣ

1. Κάνουμε κλικ στο Pages και μετά στο AddNew για την δημιουργία σελίδας.



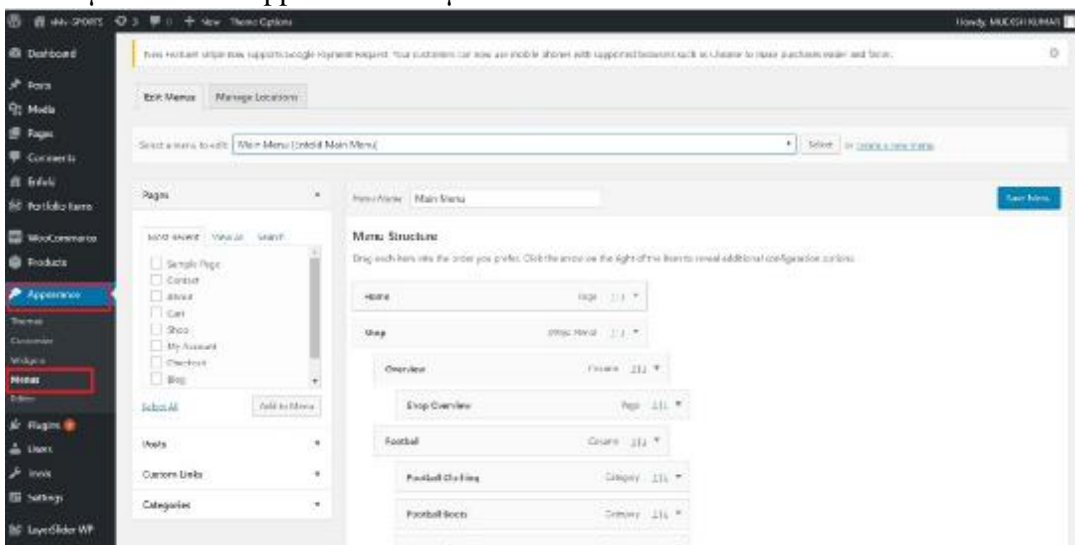
2. Βάζουμε ως τίτλο σελίδας Home και μετά κλικάρω το Publish.



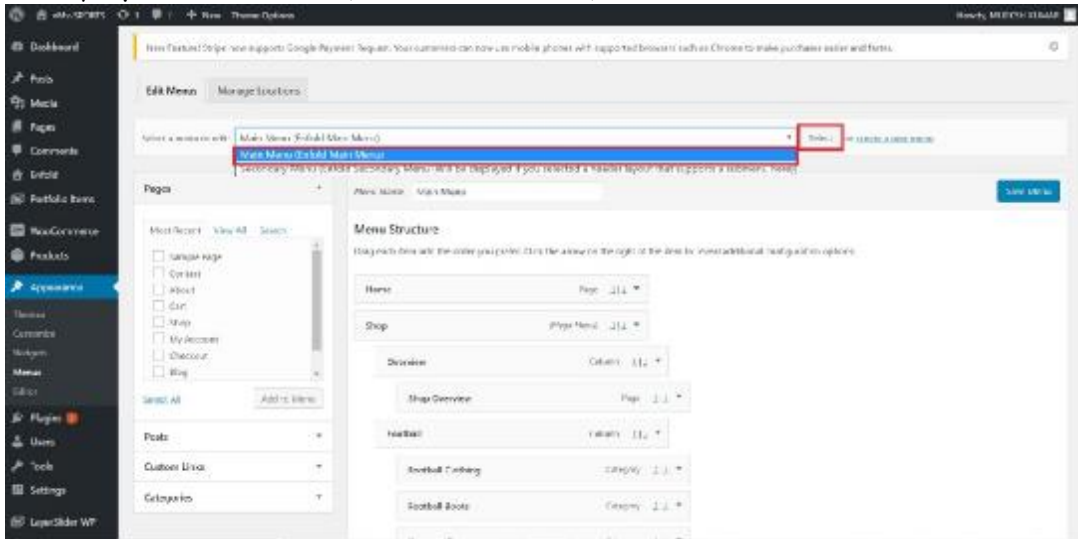
3. Με τον ίδιο τρόπο κάνουμε και τις υπόλοιπες σελίδες About, Contant, και Blog.

MAINMENU

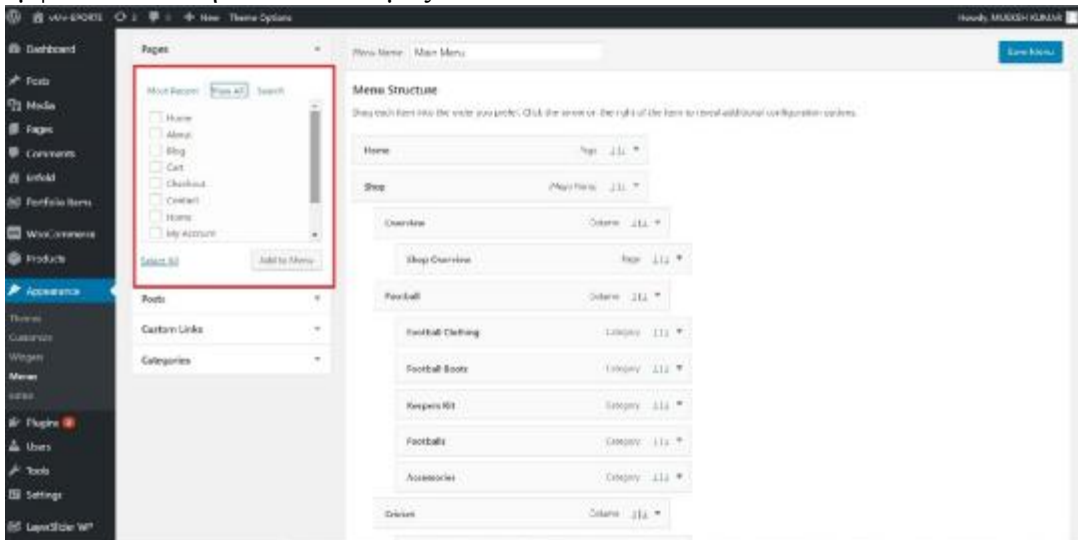
1. Κάνουμε κλικ στο Appearance και μετά στο Menus.



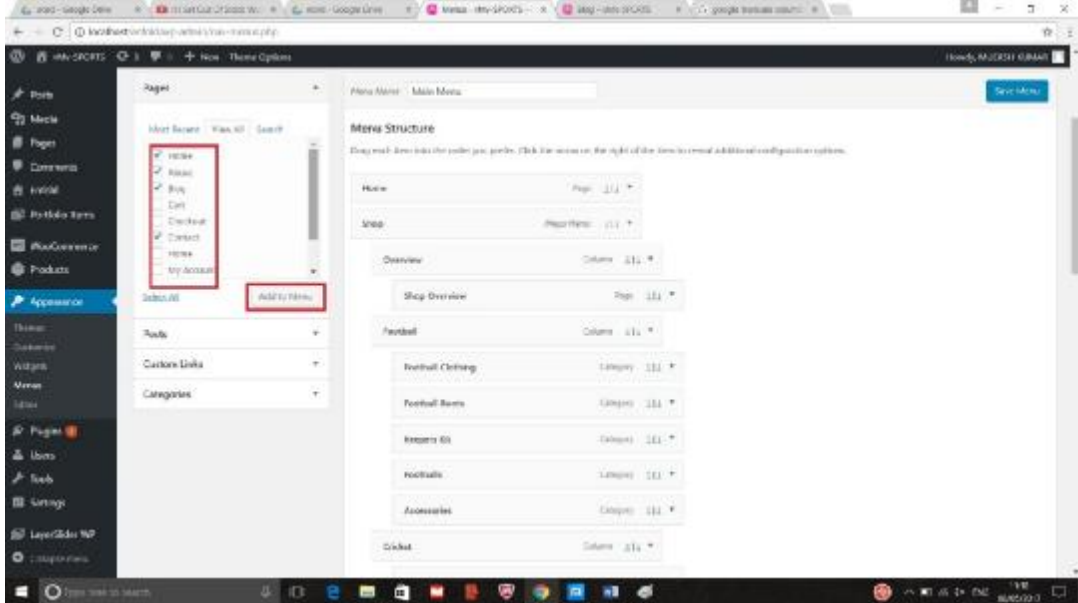
2. Διαλέγουμε το Main Menu (Enfold Main Menu).



3. Από αυτήν την στήλη διαλέγουμε τις σελίδες που θέλουμε να προσθέσουμε και να εμφανιστούν στην ιστοσελίδα μας.



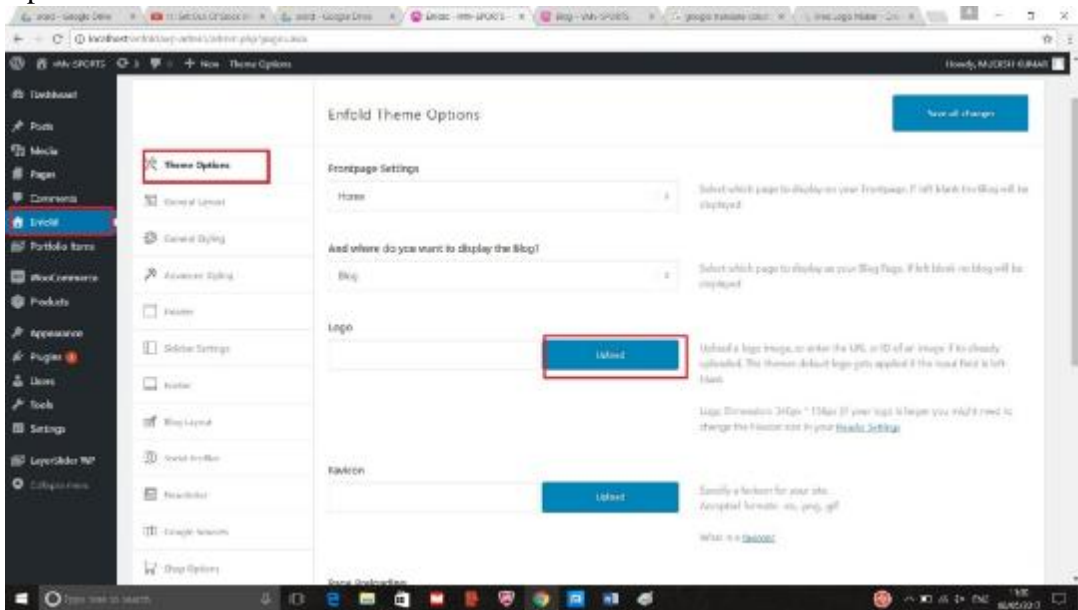
4. Διαλέγουμε την σελίδα Home, About, Contact, Shop και κλικάρουμε το Add to Menu.



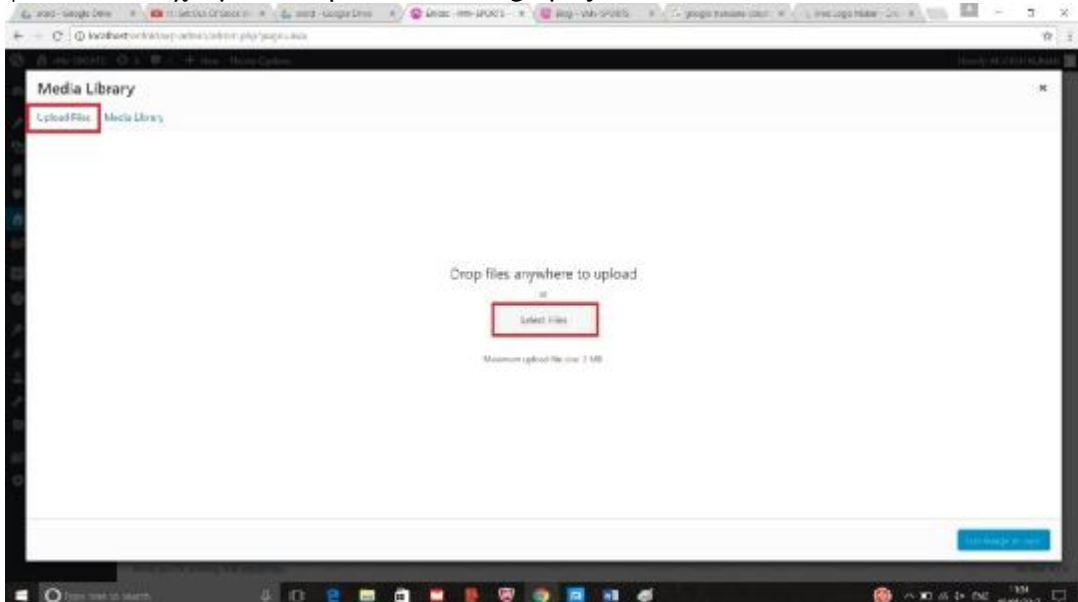
5. Πατάμε στο SaveMenu για να αποθηκευτεί.

LOGO

1. Για να δημιουργήσουμε το Logo μας χρησιμοποιήσαμε την ιστοσελίδα logomak.com. Κατεβάζουμε την μορφή του Logου σε μορφή png.
2. Για να εισάγουμε τον Logo στο site μας κάνουμε κλικ στο Enfold και στα ThemeOptions και μετά για να βάλουμε την εικόνα μας στην Συλλογή του Wordpress κλικάρουμε το Upload.



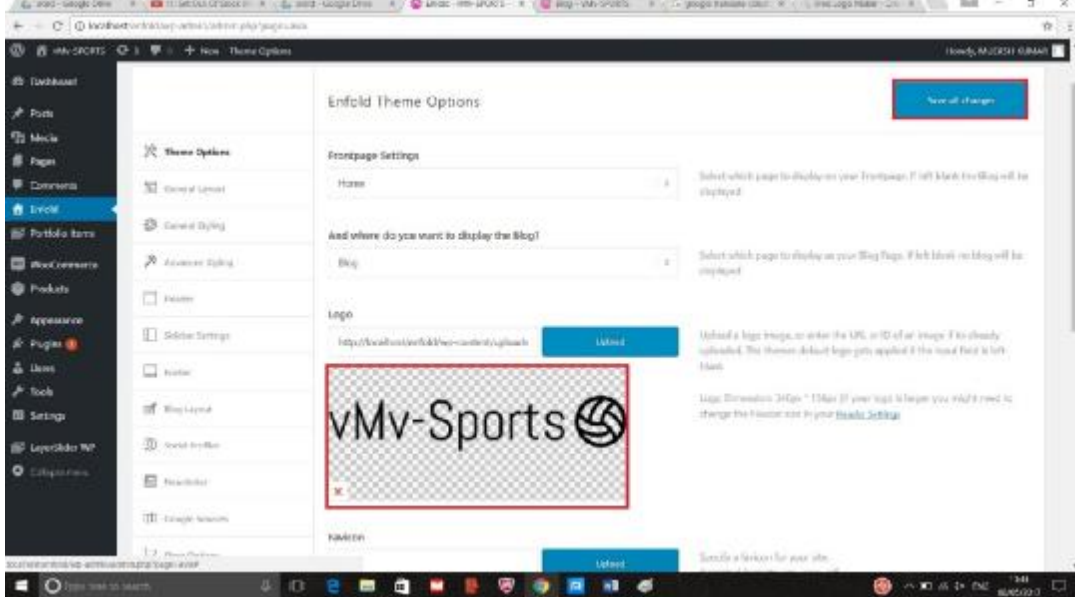
3. Πηγαίνουμε στο uploadFiles και κάνουμε κλικ στο SelectFiles και μετά πηγαίνουμε στον φάκελο που έχουμε αποθηκεύσει τον Logo μας.



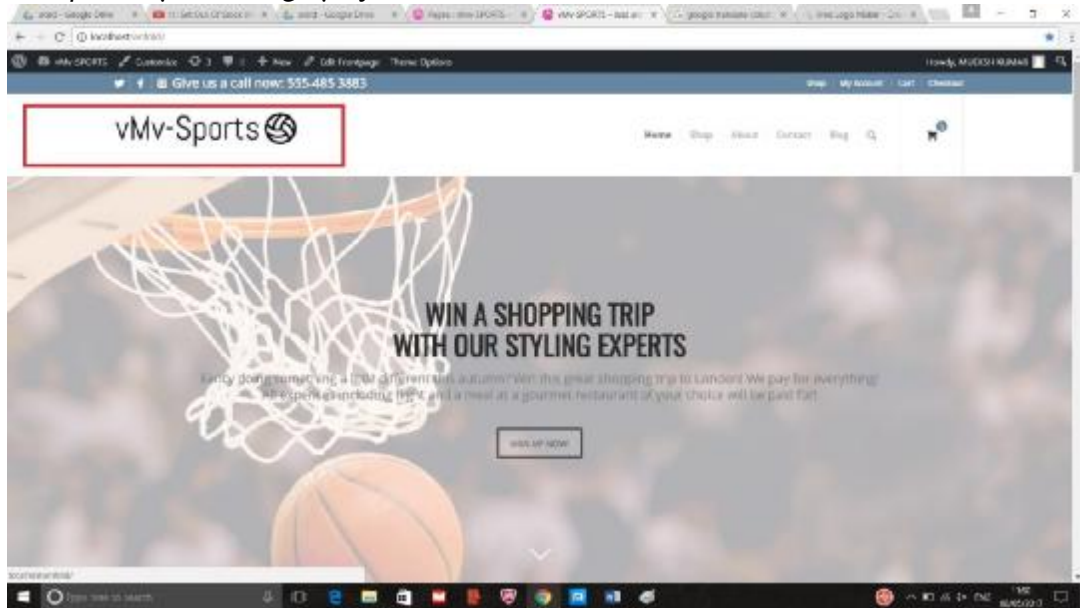
4. Επιλέγουμε την εικόνα που έχουμε κατεβάσει από το MediaLibrary με μέγεθος FullSize-425*195 και κλικάρουμε το UseImageasLogo.



5. Εδώ βλέπουμε την εικόνα μας που έχει ανέβει και πατάμε SaveAllChanges.

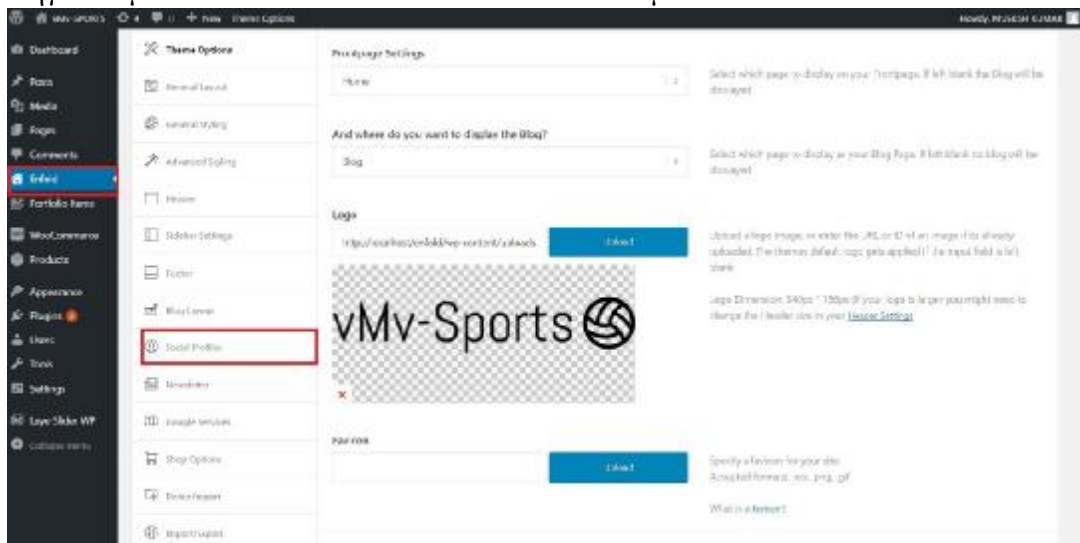


6. Εδώ βλέπουμε τον Logo μας.

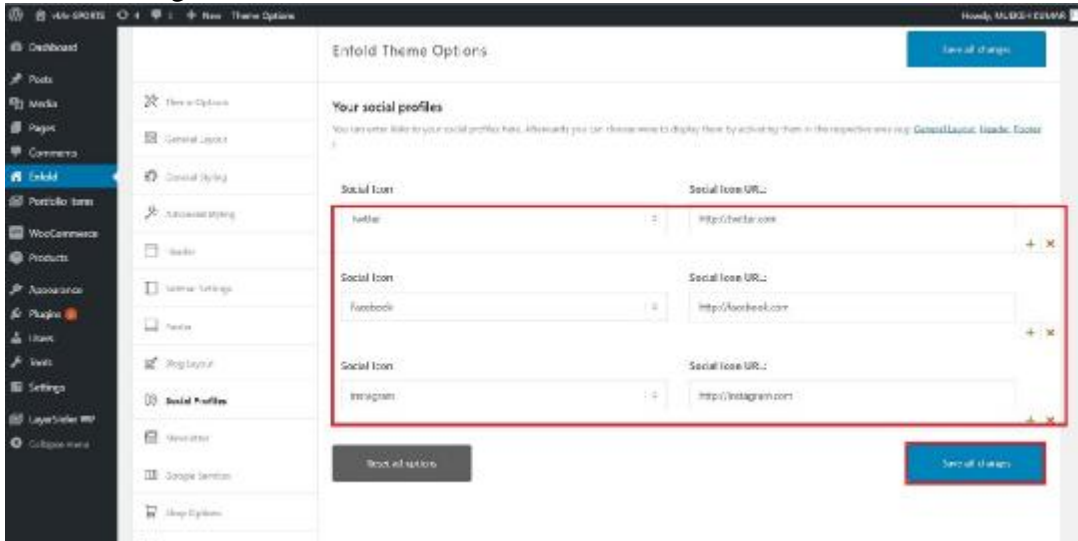


ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΤΟ SITE

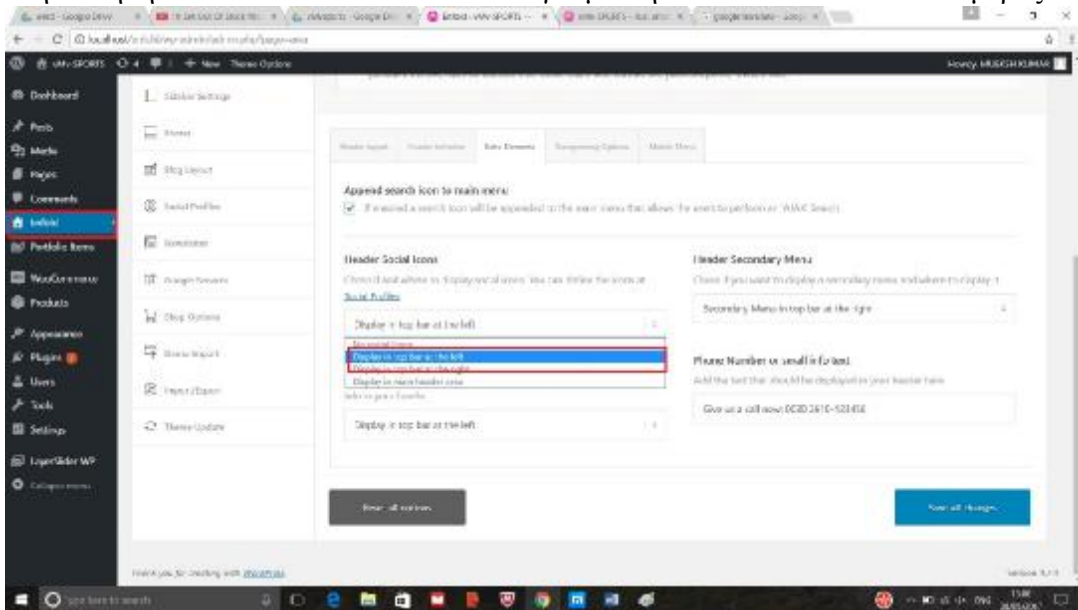
1. Πηγαίνουμε στο Enfold και κάνουμε κλικ στο SocialProfile.



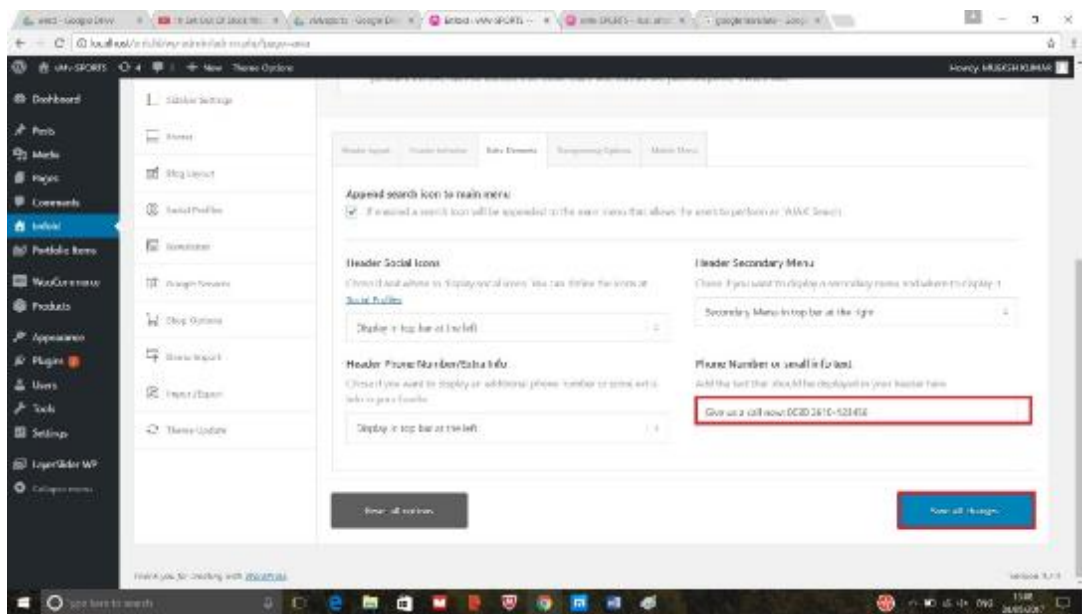
2. Διαλέγουμε από την στήλη το Twitter και στο url γράφουμε την διεύθυνση του λογαριασμού μας.
3. Με την ίδια διαδικασία κάνουμε και για το Facebook και Instagram και κάνουμε κλικ στο SaveAllChanges.



4. Για να εμφανιστούν τα SocialIcons στην αρχική σελίδα κάνουμε κλικ στο Enfold και στην στήλη HeaderSocialIcons και επιλέγουμε την τοποθεσία στο πάνω μέρος δεξιά.

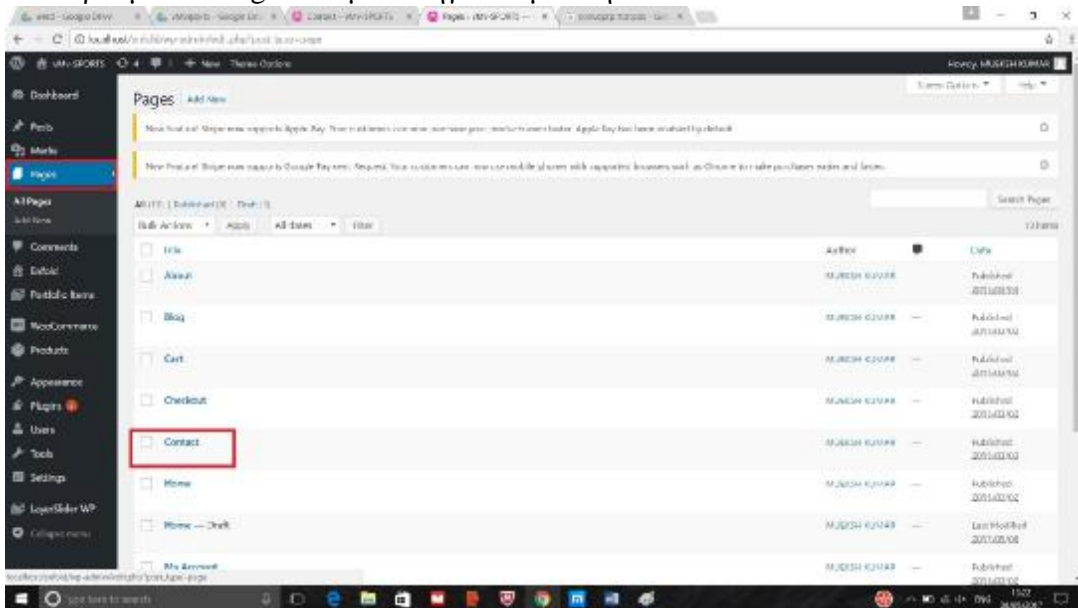


5. Για να εμφανιστεί ο αριθμός επικοινωνίας δίπλα στα SocialIcons γράφουμε στο κελί (Giveusacallnow:0030 2610-123456). Κλικάρουμε στο Save Changes.

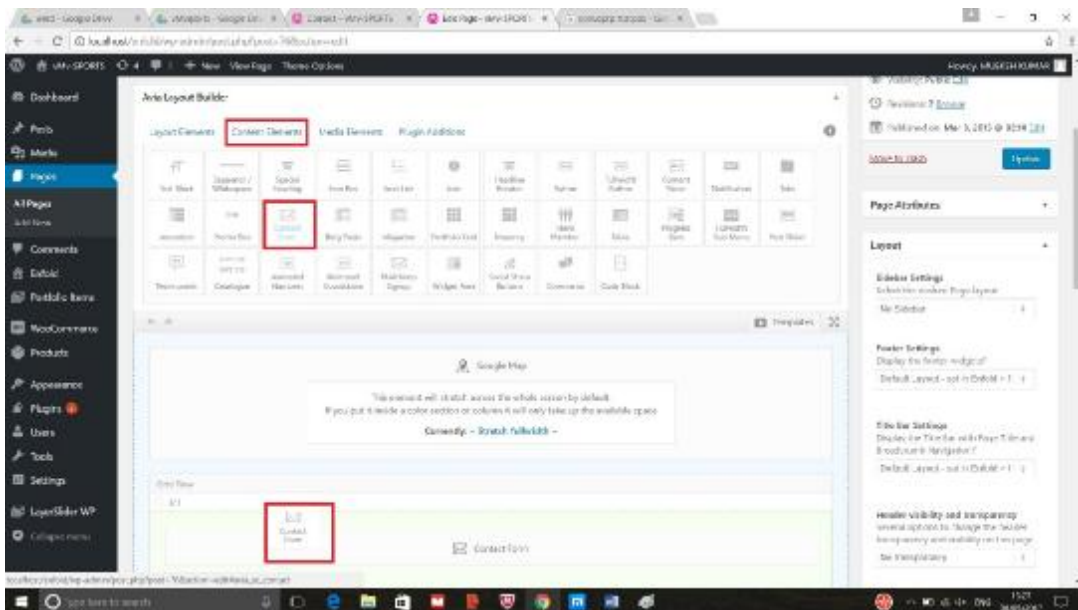


ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΦΟΡΜΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΣΕΛΙΔΑ CONTACT

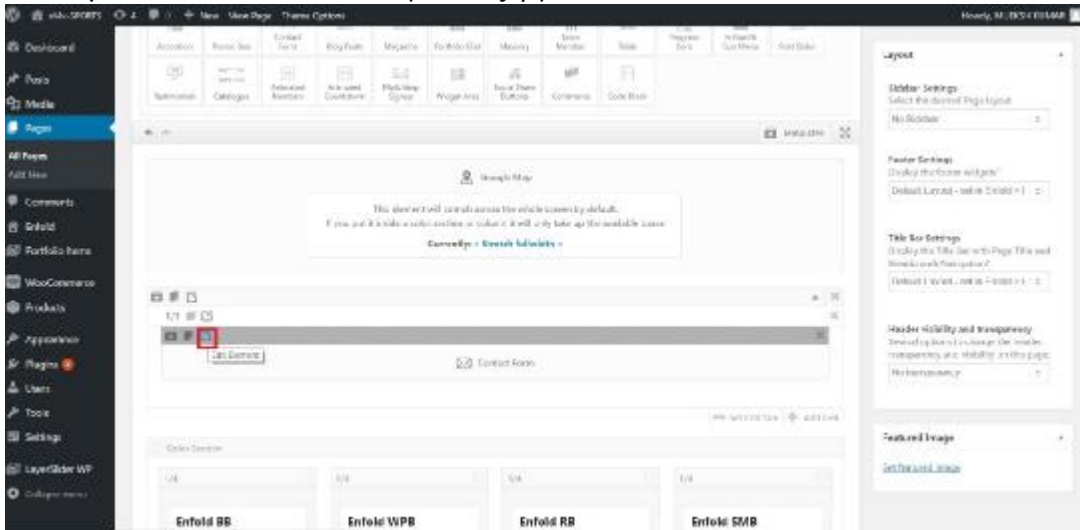
1. Κλικάρουμε στο Pages και μετά πηγαίνουμε στην σελίδα Content.



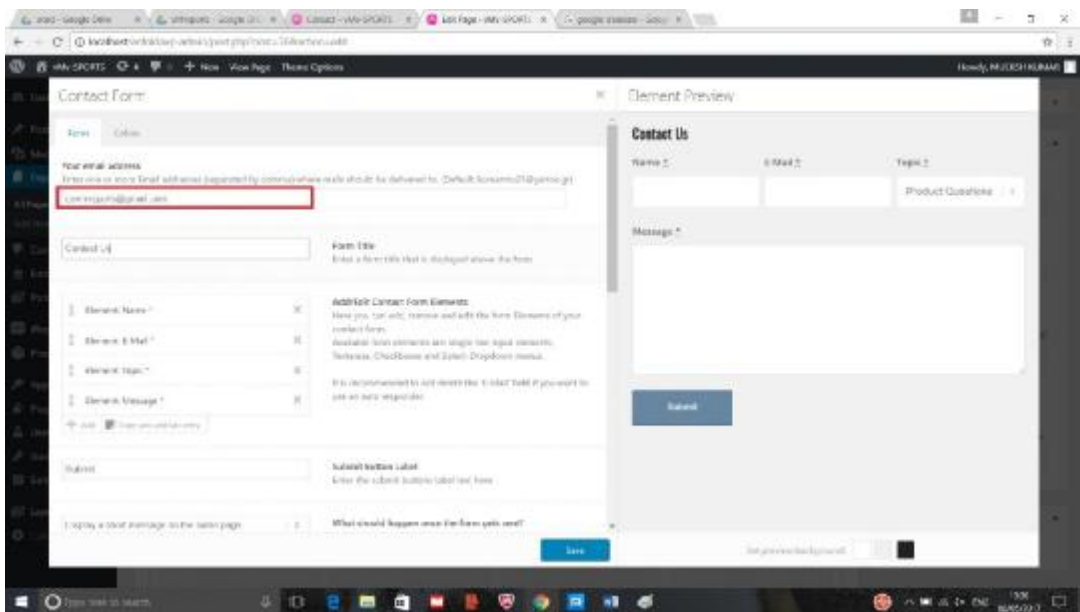
2. Από το ContentElement διαλέγουμε το ContentForm και το σύρουμε στην σελίδα EditElement.



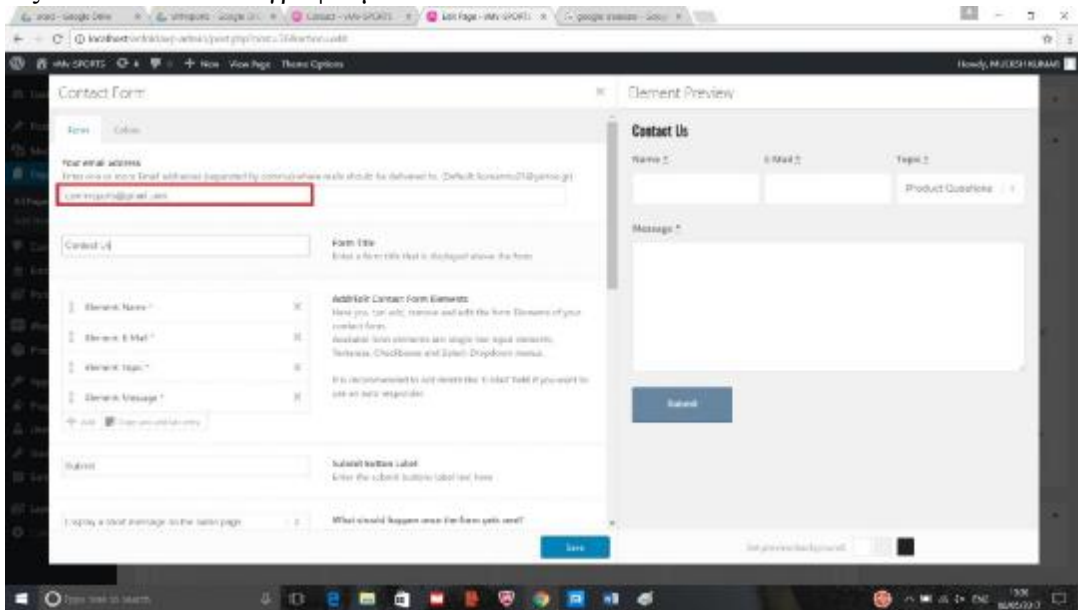
3. Κάνουμε κλικ στο EditElement για επεξεργασία.



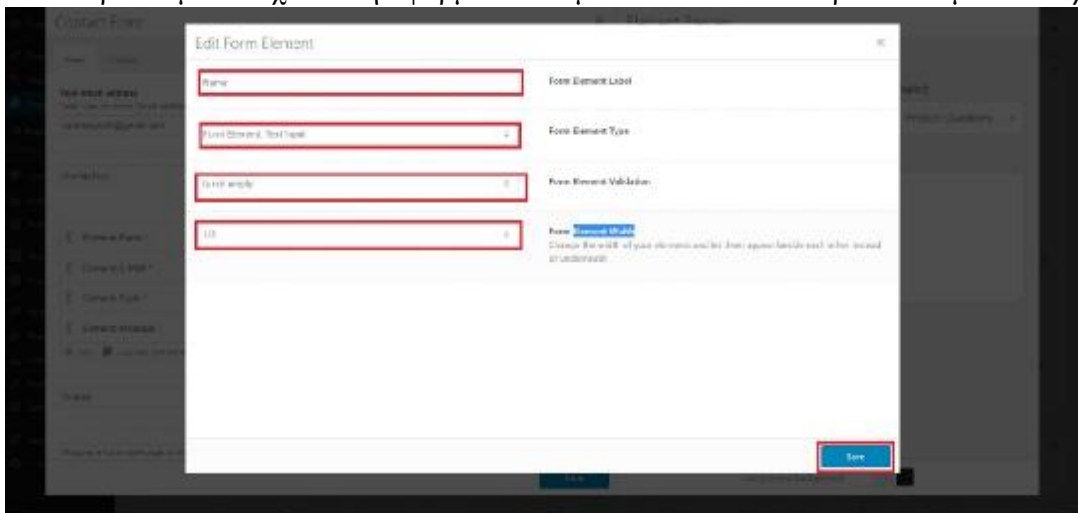
4. Στο 1^ο κελί γράφουμε το e-mail που θα λαμβάνουμε το e-mail που θα λαμβάνουμε τα e-mail των πελατών.



5. Ως τίτλο στο 2^ο κελί γράφουμε ContantUs.

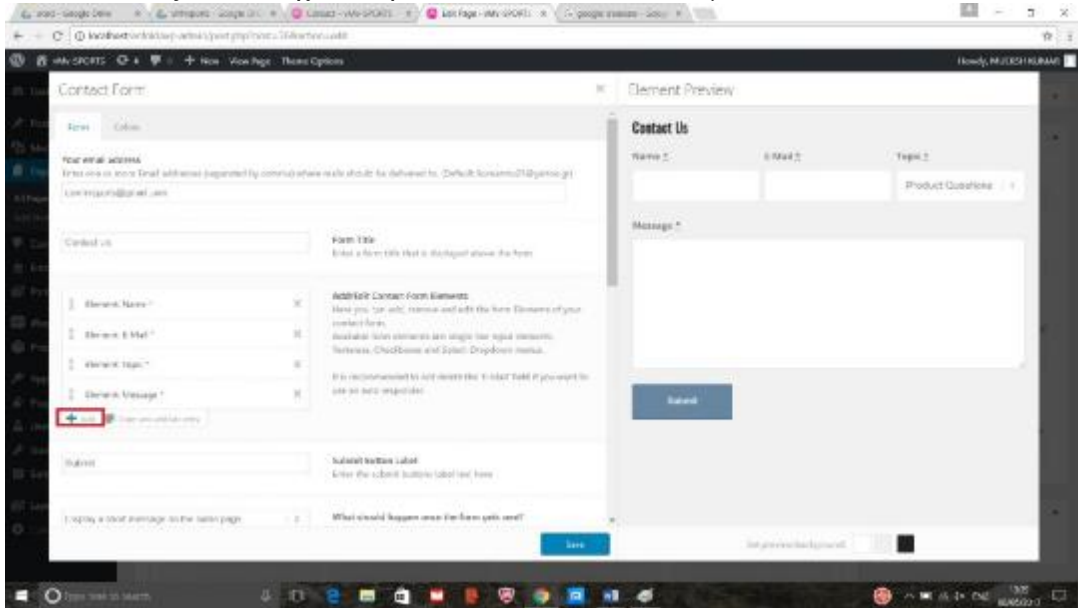


6. Για να βάλουμε στοιχεία στην φόρμα κάνουμε κλικ στο Add. Προσθέτουμε 4 στοιχεία.

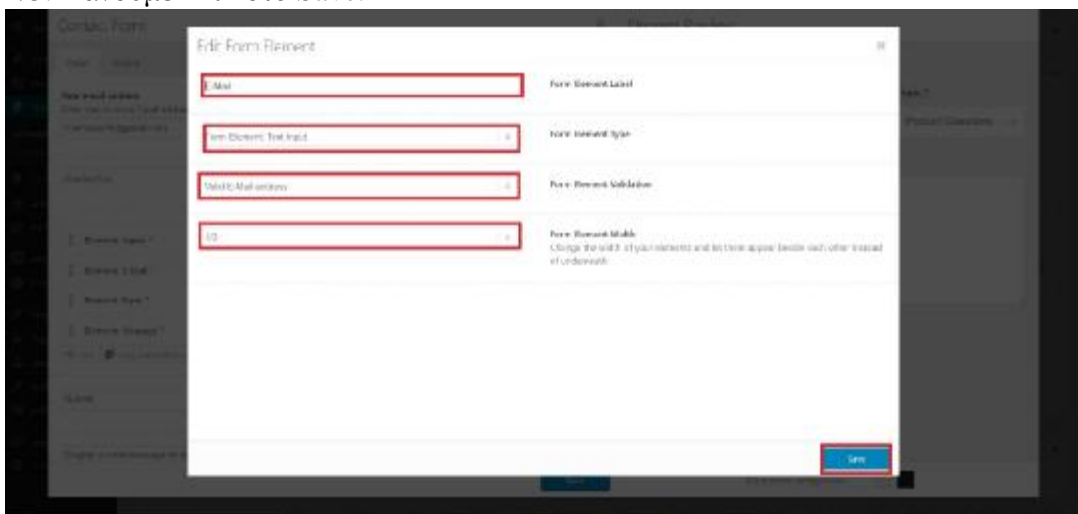


7. Για επεξεργασία κάνουμε κλικ στο 1^ο στοιχείο. Το ονομάζουμε Name, στο είδος στοιχείων διαλέγουμε το TextInput, στην επικύρωση στοιχείων διαλέγουμε IsNotempty.

Οι διαστάσεις των στοιχείων πρέπει να είναι 1/3. Κάνουμε κλικ στο Save.



8. Για το 2^ο στοιχείο το ονομάζουμε E-mail, για το είδος στοιχείου TextInput, στην επικύρωση στοιχείου διαλέγουμε ValidE-mailaddress. Οι διαστάσεις των στοιχείων είναι 1/3. Κάνουμε κλικ στο Save.



9. Για το 3^ο στοιχείο το ονομάζουμε Topic, για το είδος στοιχείου SelectElement, στην επιλογή στοιχείων γράφουμε ProductQuestions, Payment, Delivery, Refund, MyOrders, MyAccount, Other. Στην επικύρωση στοιχείου διαλέγουμε Isnotempty. Οι διαστάσεις των στοιχείων είναι 1/3. Κάνουμε κλικ στο Save.

The screenshot shows the 'Edit Form Element' dialog box for a 'Topic' element. The 'Form Element Label' is 'Topic'. The 'Form Element Type' is 'SelectElement'. The 'Form Element Options' are 'Product Questions, Payment, Delivery, Refund, My Orders, My Account, Other'. The 'Form Element Validation' is 'Is not empty'. The 'Form Element Width' is '1/3'. The 'Save' button is highlighted in red.

10. Για το 4^ο στοιχείο το ονομάζουμε Message, για το είδος στοιχείου TextArea, στην επικύρωση στοιχείου διαλέγουμε Isnotempty. Οι διαστάσεις των στοιχείων είναι fullwidth. Κάνουμε κλικ στο Save.

The screenshot shows the 'Edit Form Element' dialog box for a 'Message' element. The 'Form Element Label' is 'Message'. The 'Form Element Type' is 'TextArea'. The 'Form Element Validation' is 'Is not empty'. The 'Form Element Width' is 'Fullwidth'. The 'Save' button is highlighted in red.

ABOUT US

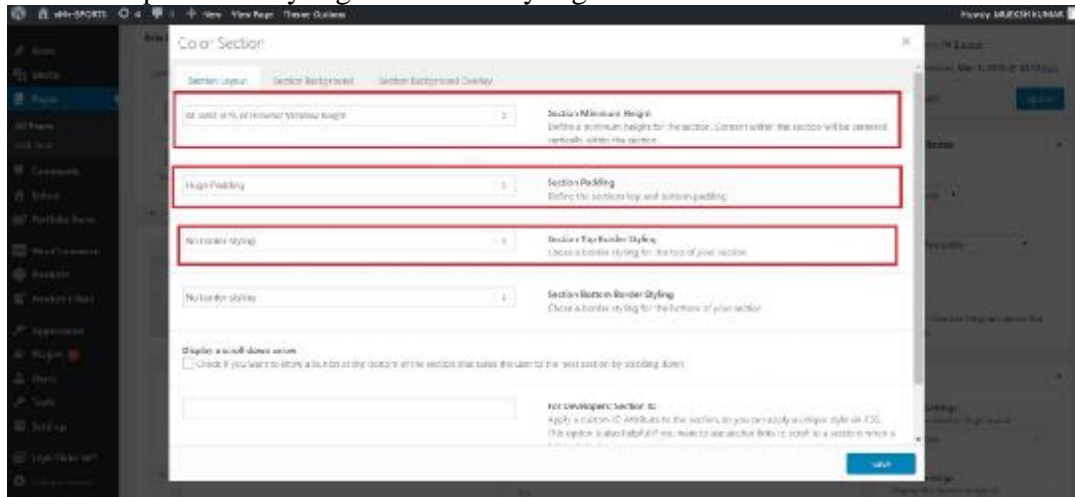
Ὡ Για το Section Layout

1. Βάζουμε ColorSection στην σελίδα.

Section Minimum Height: At least 75% of Browser Window Height.

Section Padding: Huge Padding.

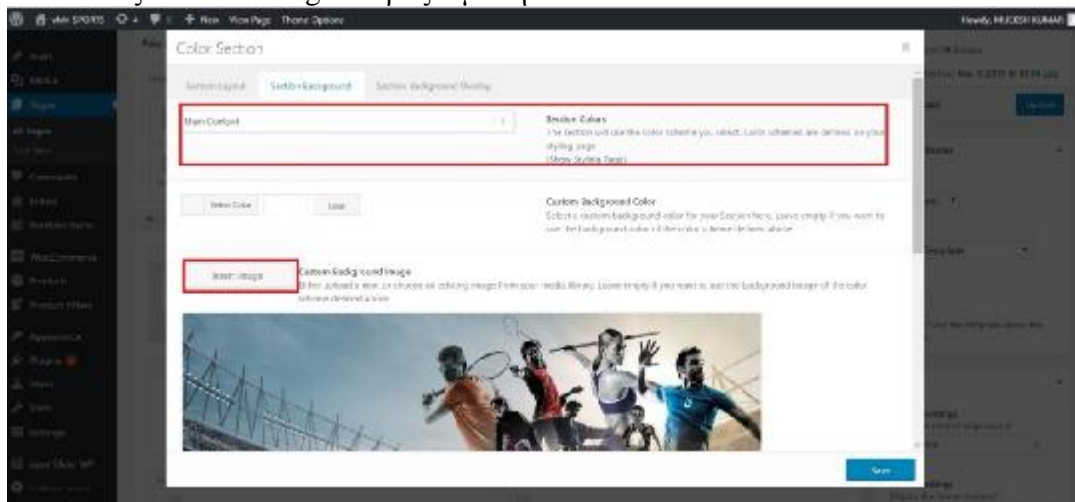
Section Top Border Styling: No border styling.



Ὡ Για το Section Background

2. Section Colors: Main Content.

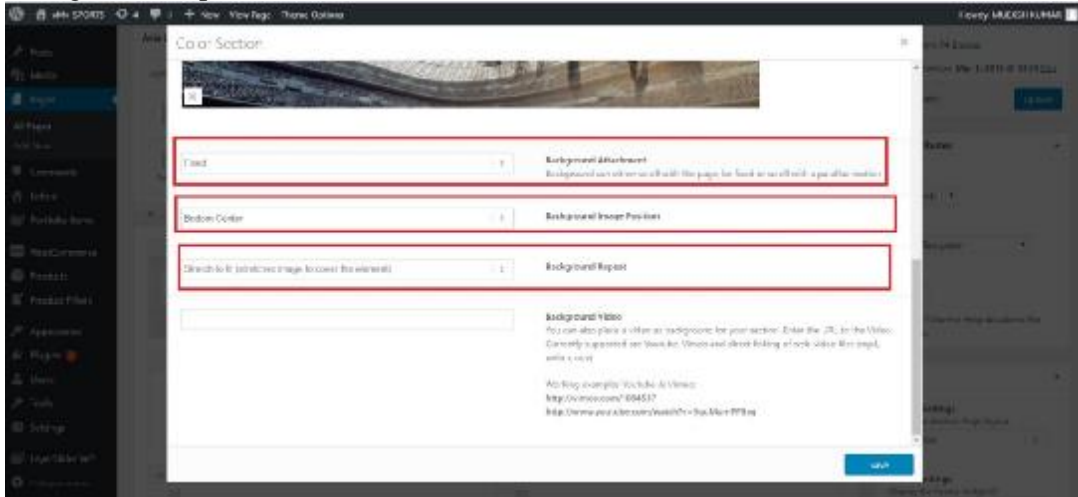
Πατώντας το InsertImage ανεβάζουμε την εικόνα.



3. Background Attachment: fixed

Background Image Position: Bottom Center.

Background Repeat: Stretch to fit.....



ü Για το Section Background Overlay

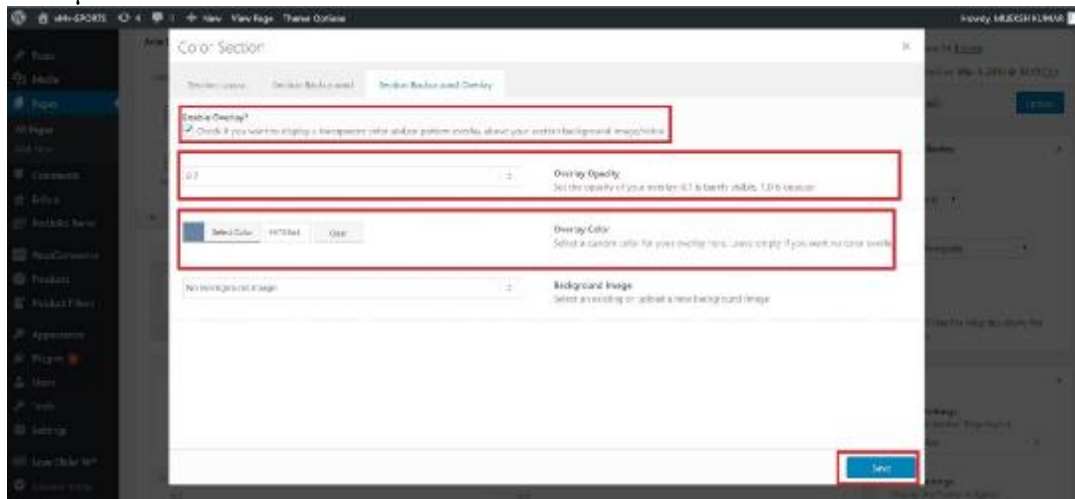
4. Κάνουμε κλικ στο EnableOverlay.

Overlay Opacity: 0.7

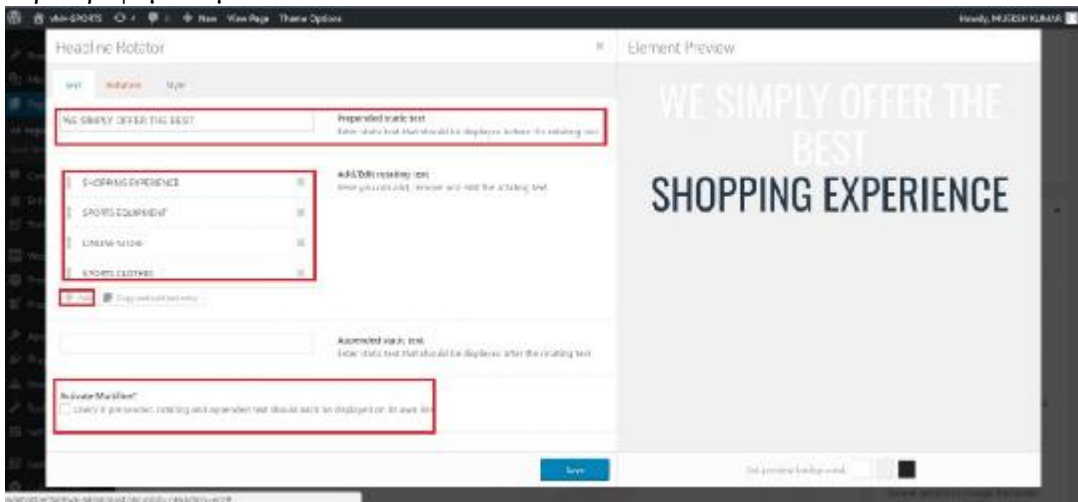
Overlay Color: #6786a1

No Background Image.

Πατάμε Save.



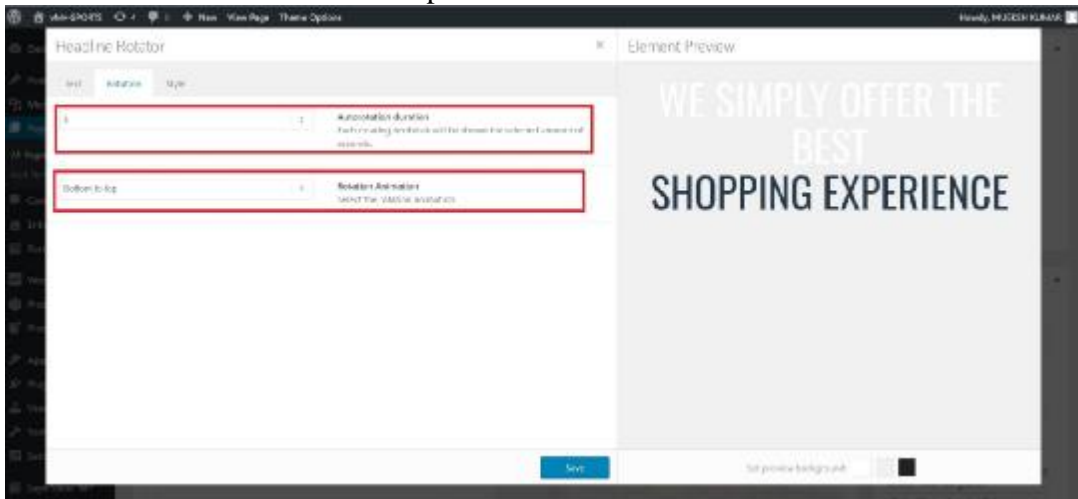
5. Διαλέγουμε το **HeadlineRotator** και το βάζουμε μέσα στο **ColorSection** που επιλέξαμε πριν.
6. Το κείμενο που θέλουμε να παραμείνει σταθερό, το γράφουμε στο **Rependedstatictext**. Πατάμε **Add** και προσθέτουμε 4 στοιχεία και γράφουμε το κείμενο που θα είναι περιστρεφόμενο μέσα σε αυτό.



7. Στο **Rotation** βάζουμε:

Autoration duration: 3

Rotation Animation: Bottom to top



8. Στο Style βάζουμε:

HTML Markup: H3

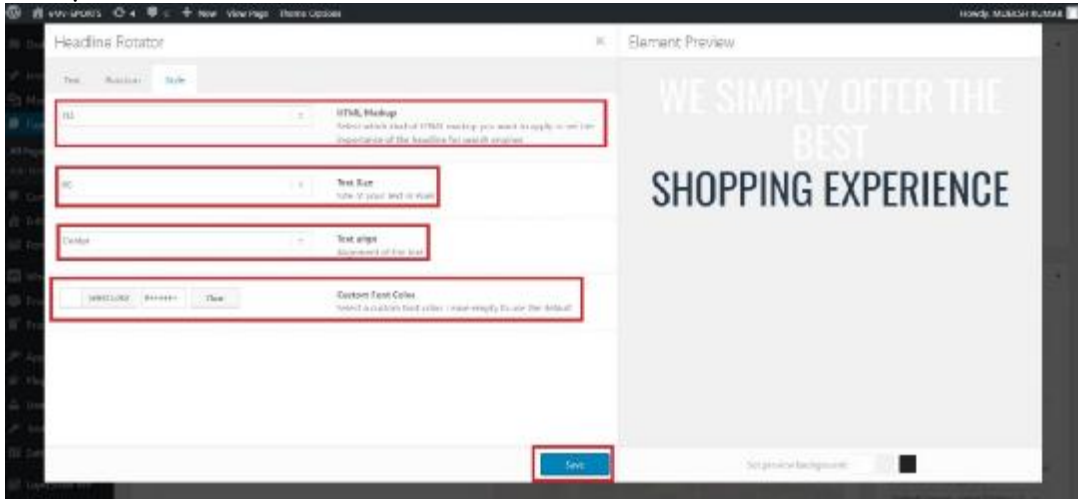
Text Size: 60

Text align: center

Custom font Color: #ffffff

Πατάμε

Save.



9. Παίρνουμε το GridRow και το τοποθετούμε στην σελίδα και εκεί έχει ένα κελί που έχει χρώμα άσπρο. Μετά παίρνουμε το SpecialHeading και το βάζουμε μέσα στο κελί. Στο SpecialHeading γράφουμε το κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί.

Heading Type: H3

Heading Style: Heading Style Modern (left)

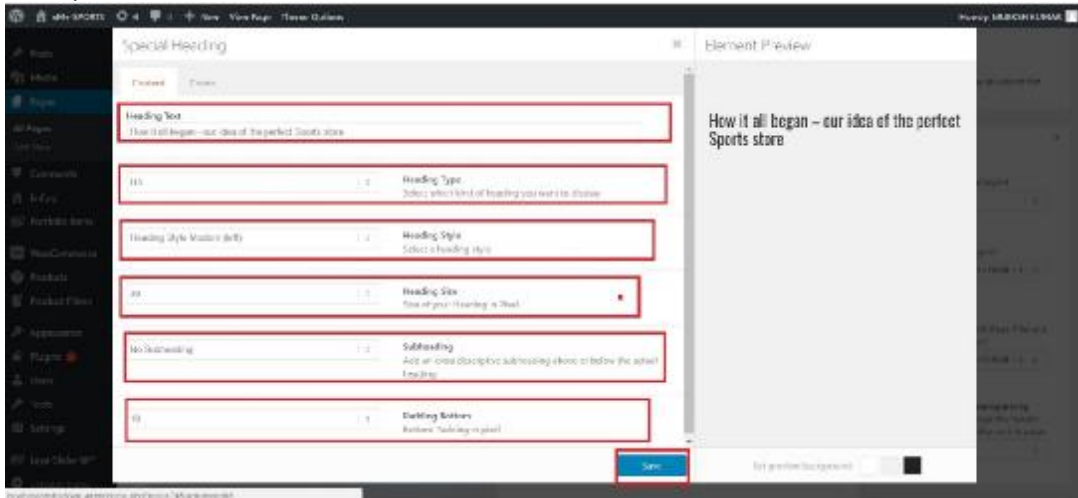
Heading Size: 30

Subheading: No subheading

Padding Bottom: 10

Πατάμε

Save.



10. Παίρνουμε το Separator/Whitespace και το τοποθετούμε κάτω από το SpecialHeading.

Horizontal Ruler Styling: Custom.

Position: Left.

Border: fat.

Width: 50 px

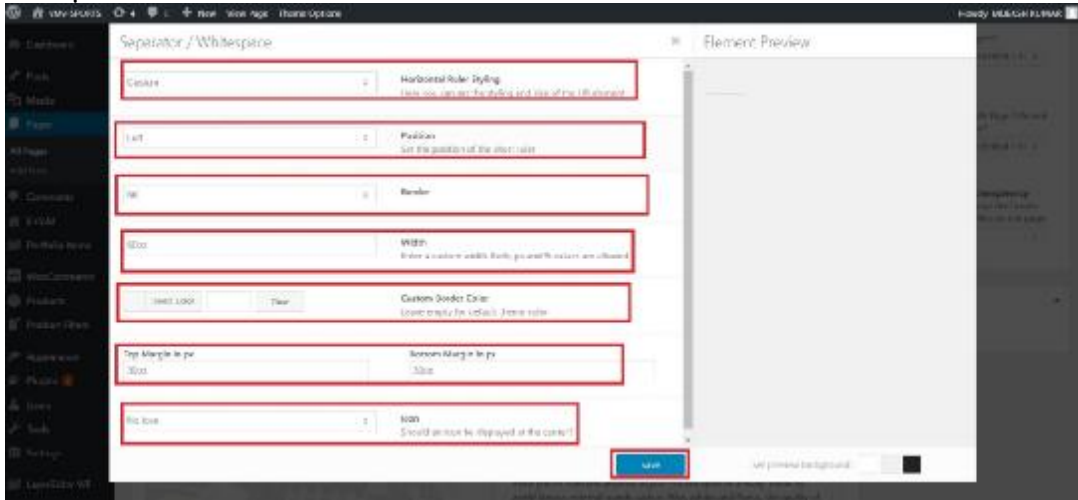
Top Margin in px: 30 px.

Bottom Margin in px: 30 px.

Icon: No Icon.

Πατάμε

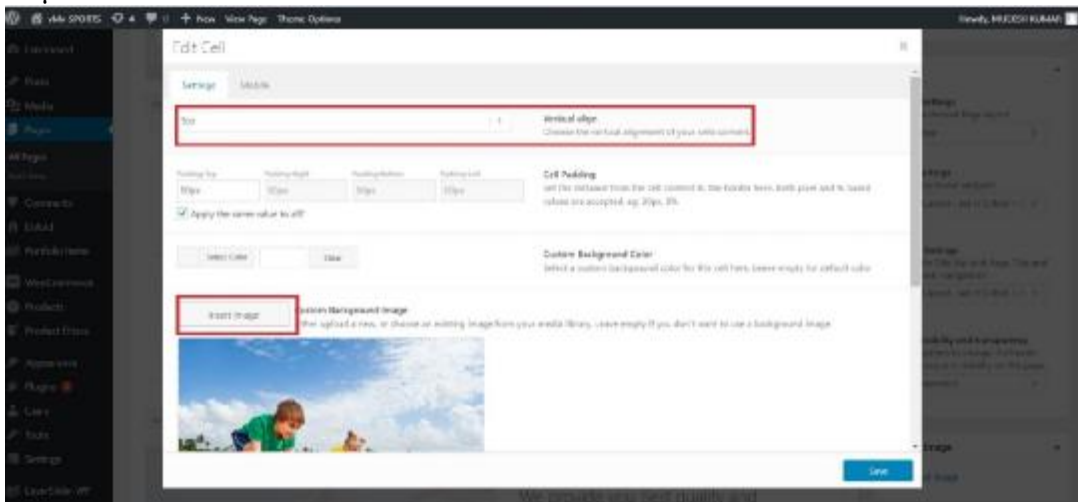
Save.



11. Παίρνουμε 1 κελί και το τοποθετούμε στο GridRow.

Verticalalign: Top.

Πατάμε το InsertImage και διαλέγουμε την εικόνα που θέλουμε να εμφανιστεί δίπλα στο κείμενο.



12. Background Attachment: Scroll

Background Image Position: Center Center

Background Repeat: Stretch to fit....

Πατάμε

Save.



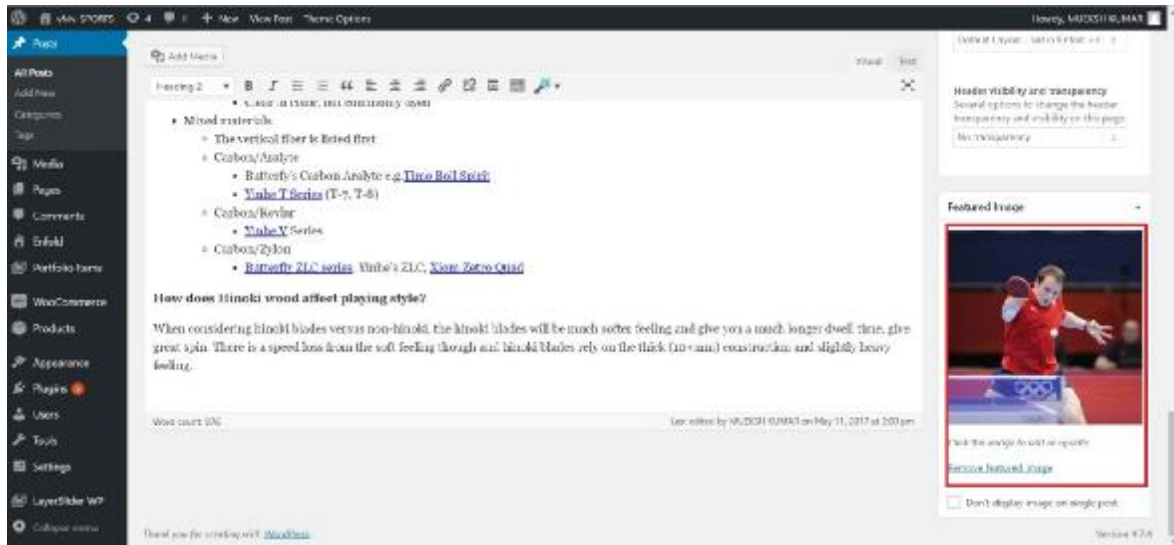
13. Την ίδια διαδικασία κάνουμε και για τα επόμενα 2 κείμενα και τις 2 εικόνες.

Post

1. Κάνουμε click στο post και μετά addnew, γράφουμε στον τίτλο Guidetochoosingatabletennisblade και από κάτω γράφουμε το κείμενο που θέλουμε.



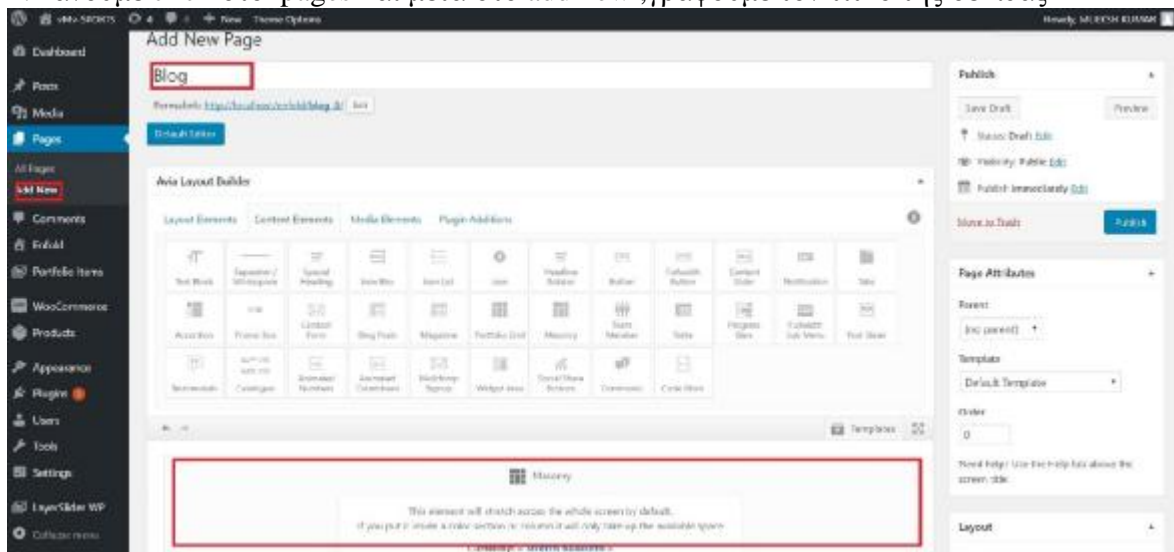
2. Στο featured ανεβάζουμε την φωτογραφία από το σύστημα και κάνουμε click στο publish.



Με τον ίδιο τρόπο δημιουργούμε και γράφουμε και άλλα post.

Blog

1. Κάνουμε click στο pages και μετά στο add new ,γράφουμε τον τίτλο της σελίδας



Διαλέγουμε το στοιχείο masonry από το content element και το βάζουμε στη σελίδα

2. Κάνουμε ρύθμιση στο Masonry

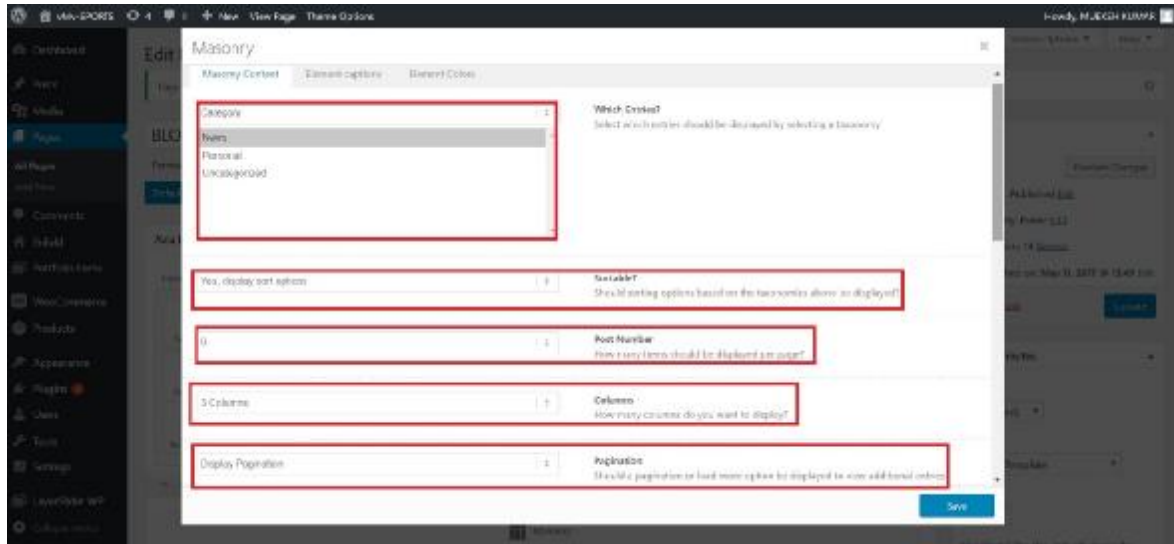
Διαλέγουμε την κατηγορία category στο which entries για να πάρει τα άρθρα αυτόματα που έχουμε φτιάξει.

Sortable- yes, display sort options

Post number- 6

Columns- 3 columns

Pagination- display pagination



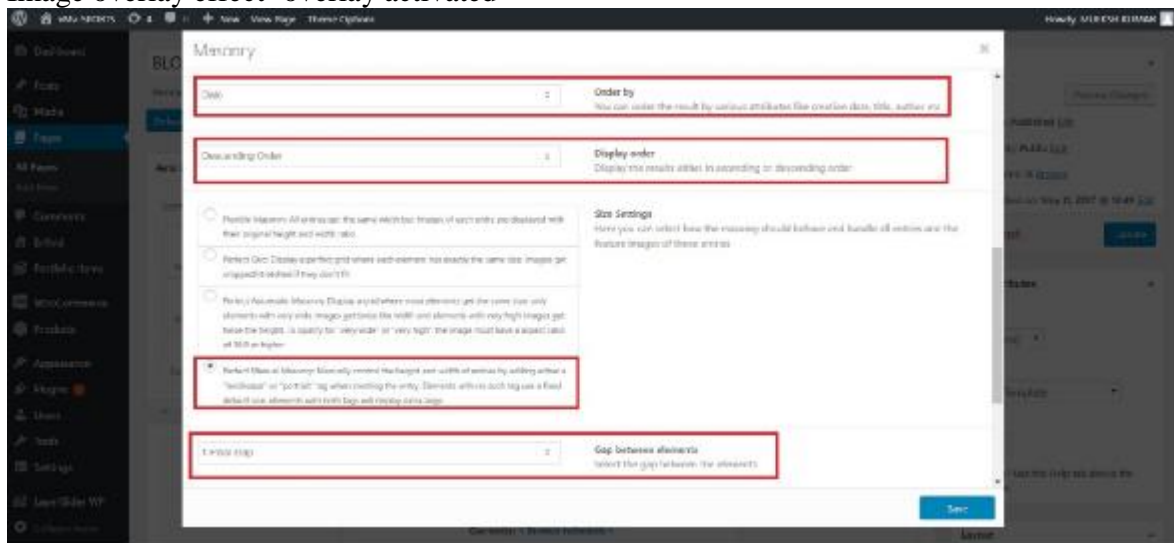
3. Order by – date

Display order – descending order

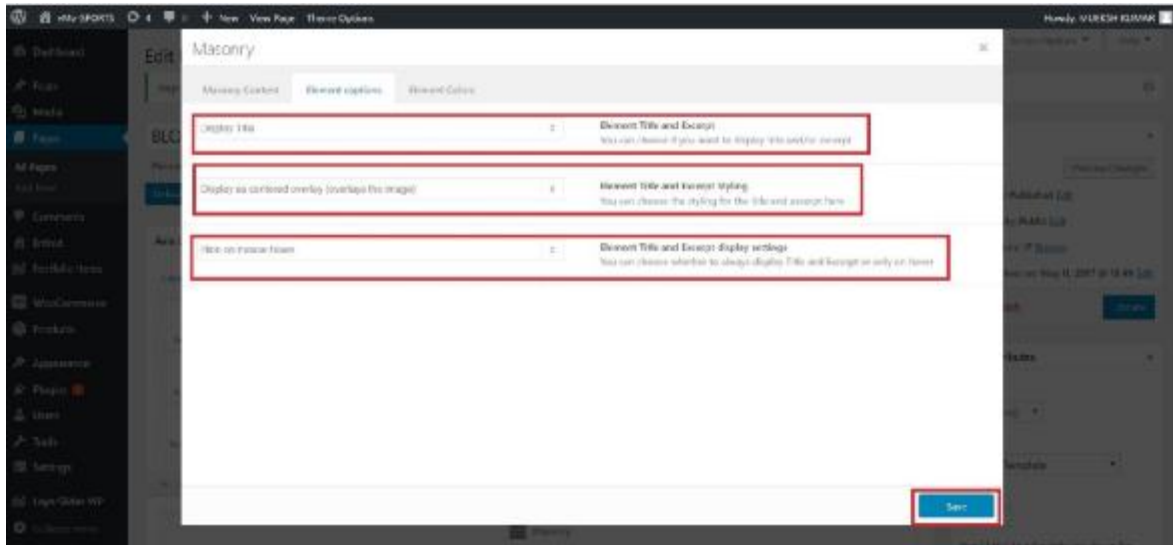
Size settings – perfect manual

Gap between elements- 1 pixel gap

Image overlay effect- overlay activated



4.element title and excerpt – display title
Element title and excerpt styling- display as centred overlay
Element title and excerpt display settings
Στο τέλος κάνουμε click στο save.

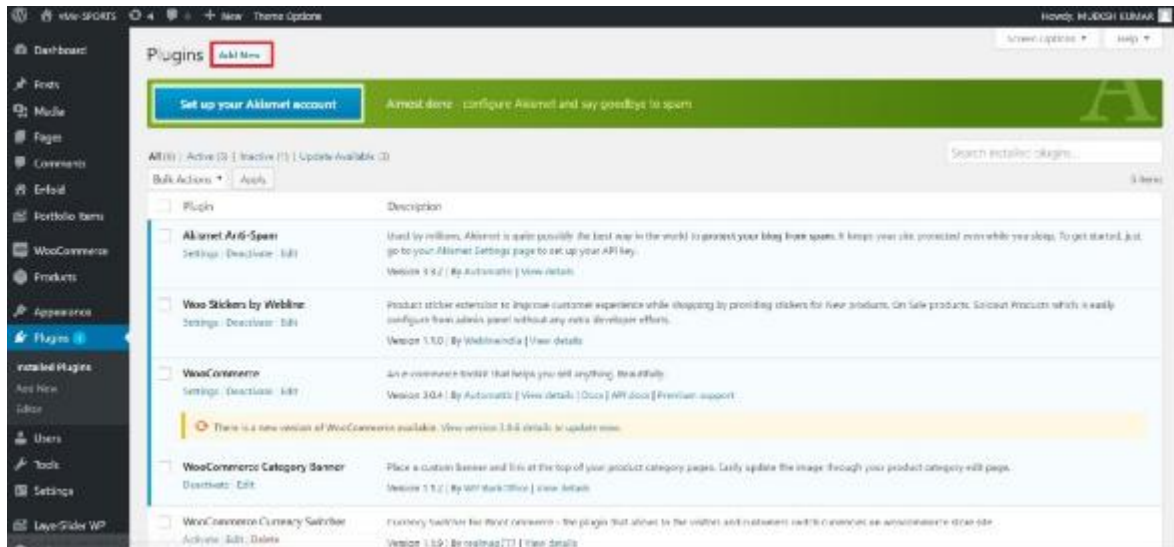


Plugins

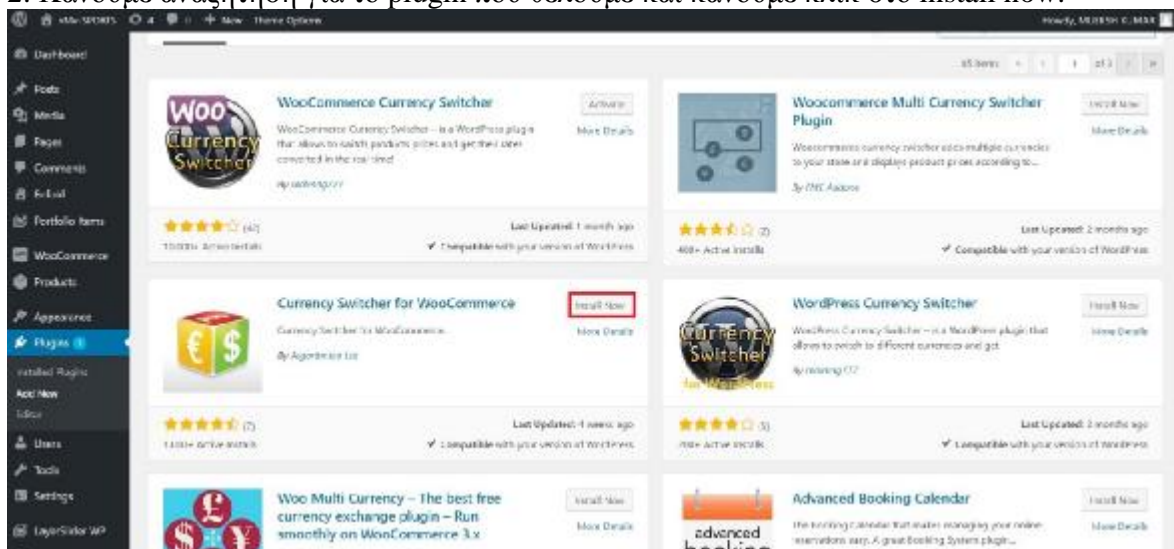
Τι είναι τα plugins

Ένα plugin είναι ένα λογισμικό που περιέχει μια ομάδα λειτουργιών που μπορούν να προστεθούν σε μια ιστοσελίδα WordPress. Μπορούν να επεκτείνουν τη λειτουργικότητα ή να προσθέσουν νέες λειτουργίες στις ιστοσελίδες WordPress. Τα plugins WordPress γράφονται στη γλώσσα προγραμματισμού PHP και ενσωματώνονται απρόσκοπτα με το WordPress. Στην κοινότητα WordPress, υπάρχει ένα ρητό που πηγαίνει: "υπάρχει ένα plugin γι' αυτό". Εύκολα για τους χρήστες, να προσθέσουν χαρακτηριστικά στον ιστότοπο τους χωρίς να γνωρίζουν μια ενιαία γραμμή κώδικα. Υπάρχουν διαθέσιμα χιλιάδες δωρεάν για λήψη από τον επίσημο κατάλογο plugin της WordPress

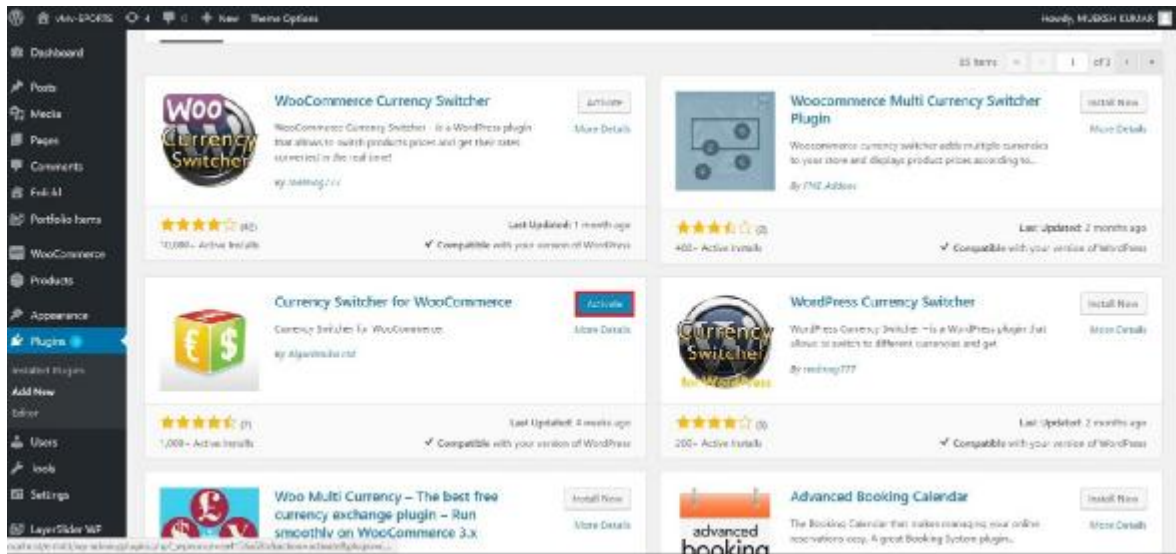
1.Για να προσθέσουμε plugin που επιθυμούμε στο wordpress ,από το plugins επιλέγουμε add new



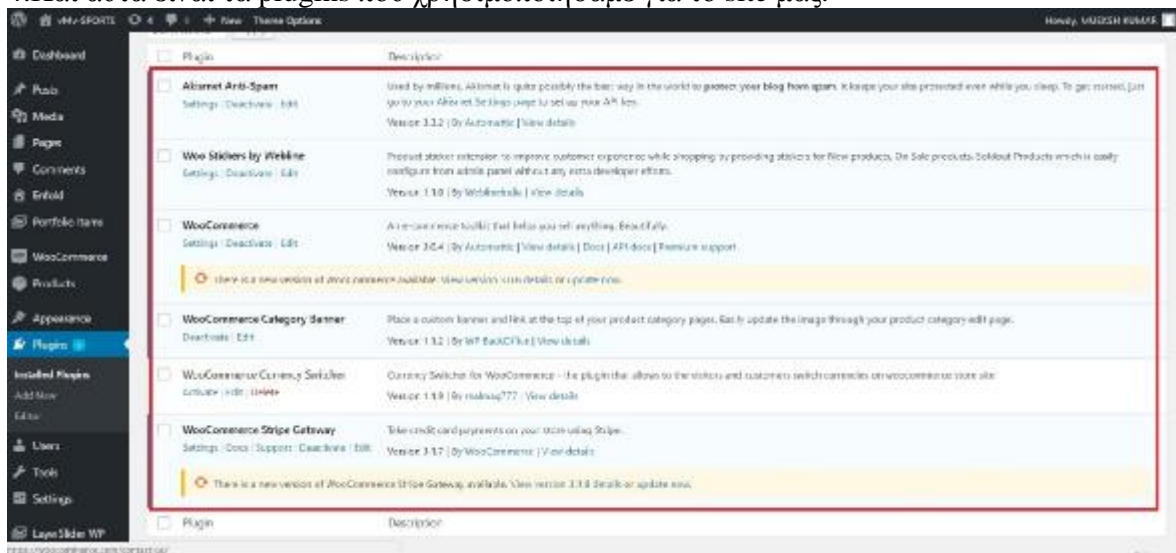
2. Κάνουμε αναζήτηση για το plugin που θέλουμε και κάνουμε κλικ στο install now.



3. Όταν γίνει η εγκατάσταση κάνουμε κλικ στο activate για να ενεργοποιήσουμε το plug in



4. Και αυτά είναι τα plugins που χρησιμοποιήσαμε για το site μας.



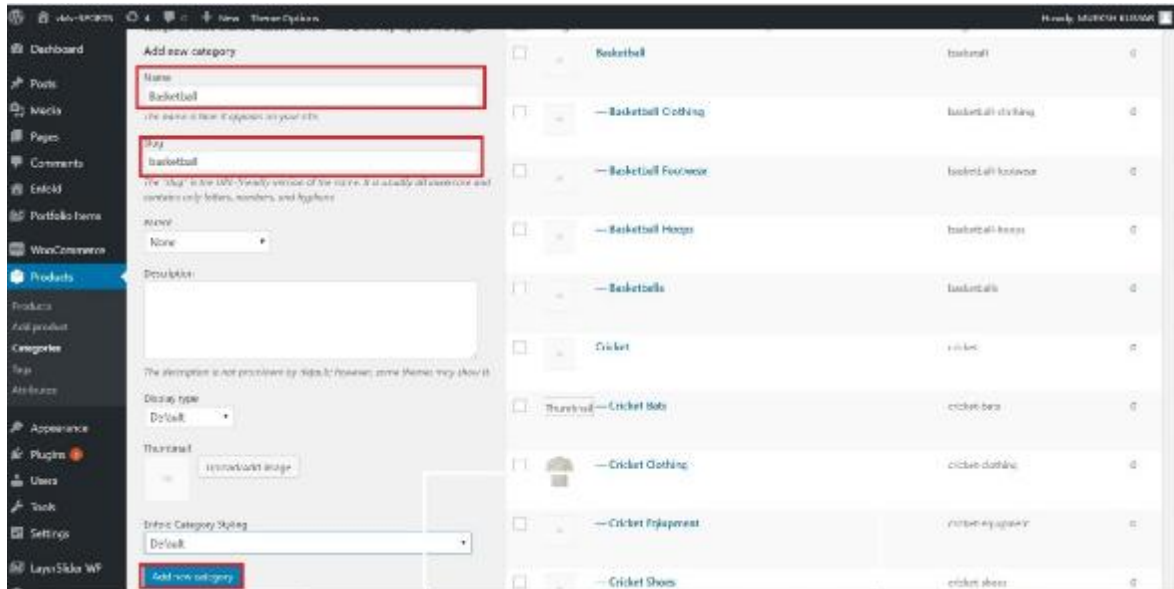
ProductCategories (κατηγορίες προϊόντων)

Από την στήλη products πηγαίνουμε στην στήλη categories

Βάζουμε name Basketball

Και στο Slug βάζουμε basketball

Κάνουμε κλικ στο add new category



The screenshot shows the WordPress admin dashboard with the 'Products' menu selected. The 'Add new category' form is visible, with the 'Name' field containing 'Basketball' and the 'Slug' field containing 'basketball'. The 'Add new category' button is highlighted in red. To the right, a list of existing categories is shown, including 'Basketball', 'Basketball Clothing', 'Basketball Footwear', 'Basketball Hoops', 'Basketballs', 'Cricket', 'Cricket Balls', 'Cricket Clothing', 'Cricket Equipment', and 'Cricket Shoes'.

| Name | Slug | Count |
|---------------------|---------------------|-------|
| Basketball | basketball | 0 |
| Basketball Clothing | basketball-clothing | 0 |
| Basketball Footwear | basketball-footwear | 0 |
| Basketball Hoops | basketball-hoops | 0 |
| Basketballs | basketballs | 0 |
| Cricket | cricket | 0 |
| Cricket Balls | cricket-balls | 0 |
| Cricket Clothing | cricket-clothing | 0 |
| Cricket Equipment | cricket-equipment | 0 |
| Cricket Shoes | cricket-shoes | 0 |

2.subcategories (υποκατηγορίες προϊόντων)

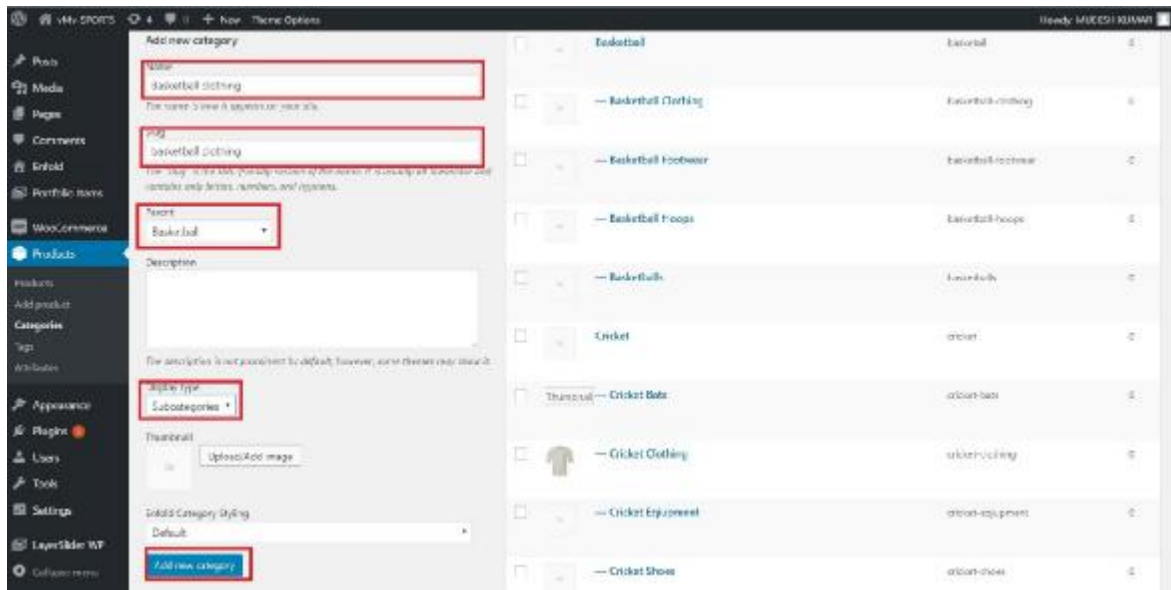
Name=basketball clothing

Slug= basketball clothing

Parent= basketball

Display type= subcategories

Κάνουμε κλικ στο add new category



Με τον ίδιο τρόπο προσθέτουμε τις κατηγορίες και υποκατηγορίες των προϊόντων.

Attributes (Ιδιότητες)

1. Στην κατηγορία products κάνουμε click στο attributes

Βάζουμε ένα όνομα brand.

Στο Slug βάζουμε brand to add attribute

Κάνουμε κλικ στο add attribute.

The screenshot shows the 'Attributes' management page in a WooCommerce dashboard. The 'Add new attribute' section is on the left, and a table of existing attributes is on the right.

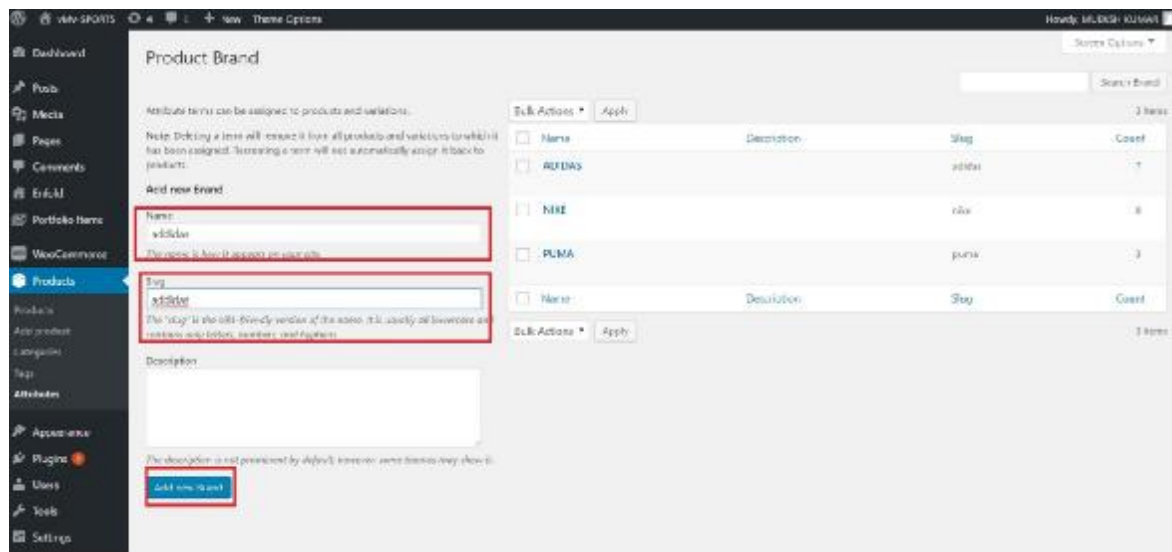
Add new attribute form details:

- Name:** BRAND
- Slug:** brand
- Enable Attribute?:** (unchecked)
- Type:** Select
- Default sort order:** Custom ordering

Existing Attributes Table:

| Name | Slug | Type | Order by | Terms |
|----------------|----------------|-----------------|-----------------|--|
| Boots Size | boots-size | Select (Public) | Custom ordering | 10,47.5, 11,48, 9,5-9.5, 10,44.5, 9,40.5, 8,36.5, 9,41.5, 7,38.5, 4,34.5, 3,30.5, 2,26.5, 1,22.5 |
| Brand | brand | Select | Custom ordering | ADIDAS, NIKE, FILIPPO |
| Gender | gender | Select | Custom ordering | MEN, LADIES, UNISEX |
| Glove size | glove-size | Select | Custom ordering | 11, 11.5, 4, 5, 6, 7, 8, 9 |
| Half Boot Size | half-boot-size | Select | Custom ordering | 5, 5.5, 6, 7, 7.5, 8, 8.5, 9, 9.5, 10, 10.5, 11 |
| Shoe Size | shoe-size | Select (Public) | Custom ordering | K, Small, Medium, Large, X-Large |

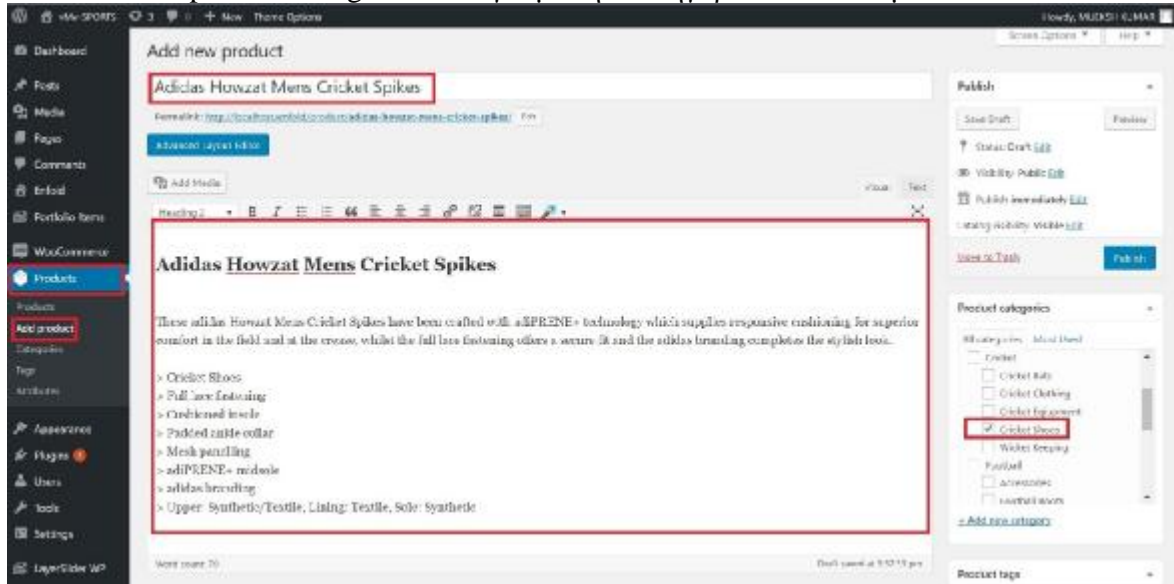
2. Βάζουμε τιμές στο attribute product
Στο name βάζουμε adidas
Στο slug βάζουμε Adidas
Κάνουμε κλικ στο add new brand.



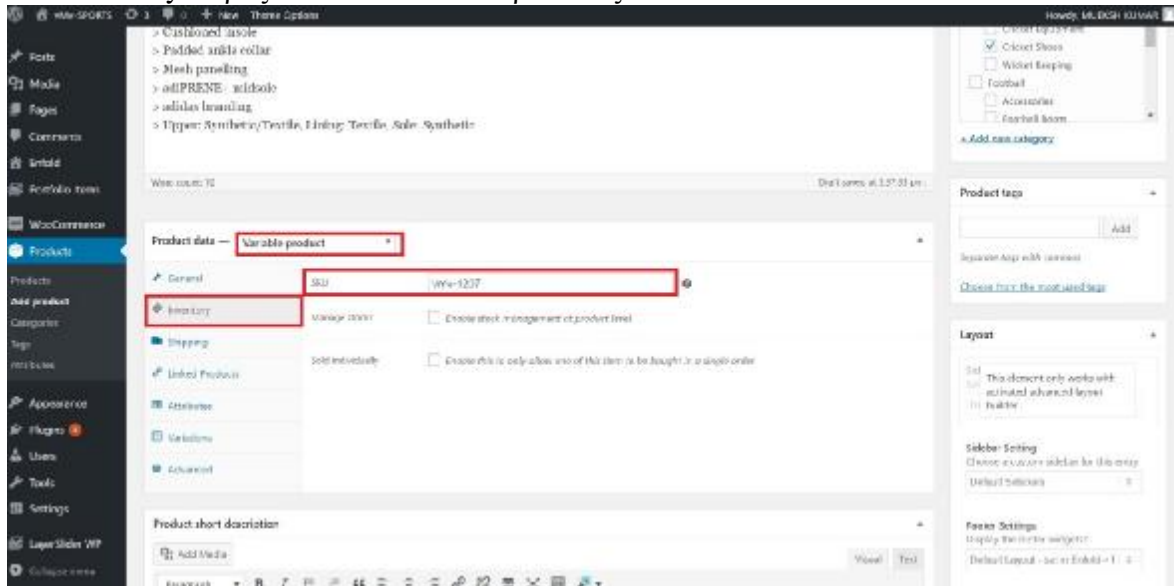
Με τον ίδιο τρόπο δημιουργούμε και τα υπόλοιπα attributes και τις τιμές που βάζουμε στο products.

Products

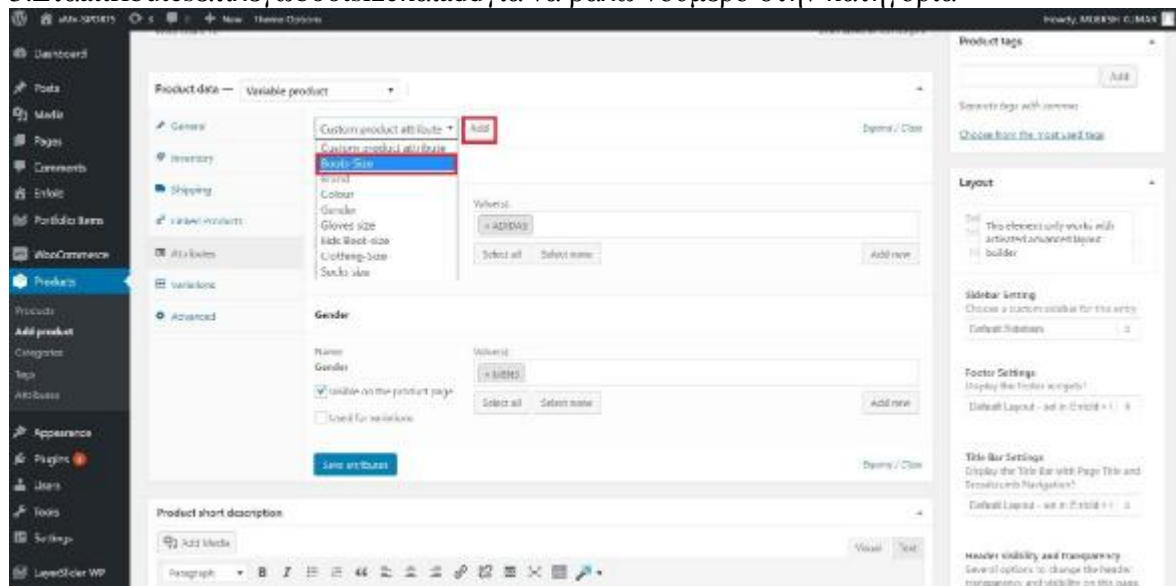
1. Από το products κάνουμε κλικ στο add products, Βάζουμε τίτλο Adidas... Και μετά προσθέτουμε την περιγραφή. Από τον πίνακα product categories διαλέγουμε την κατηγορία που θέλουμε.



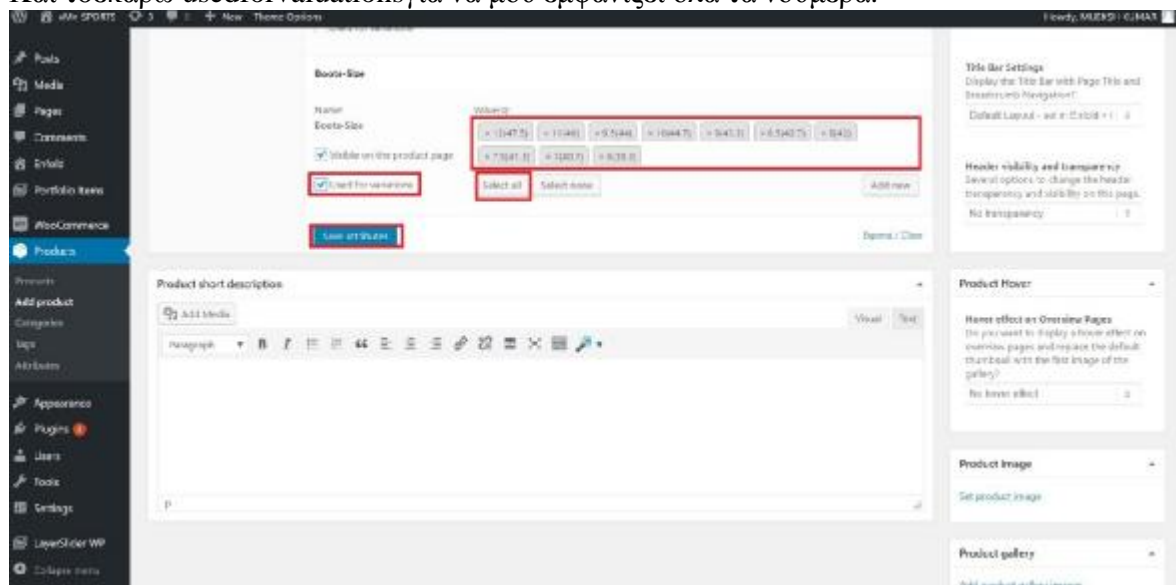
2. Από το product data επιλέγουμε variable product. Στο inventory σκουβάζω τον κωδικό του προϊόντος



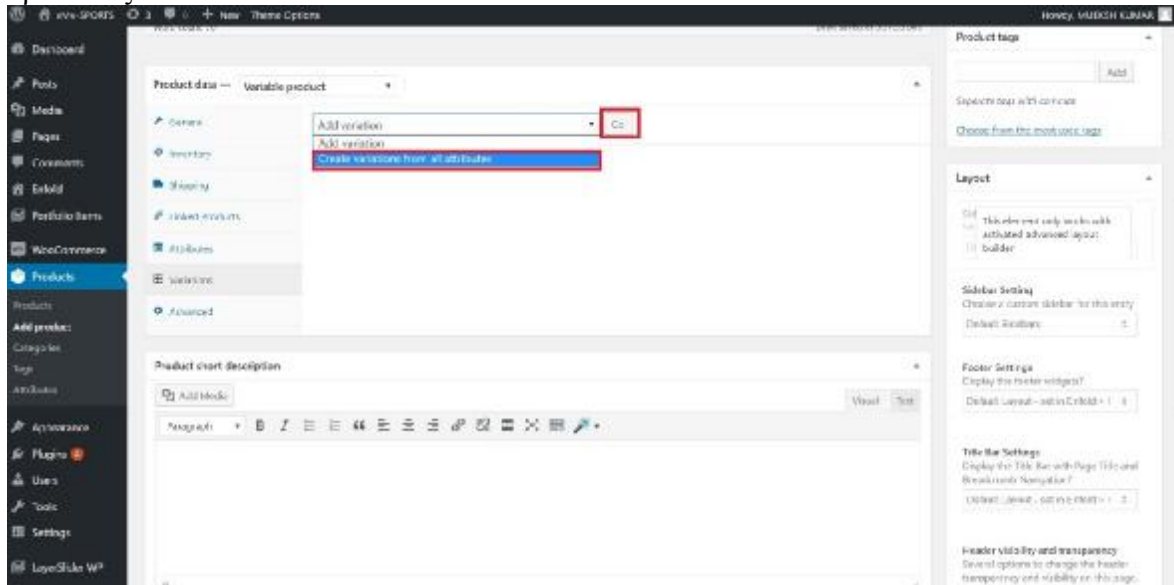
3. Στα attributes επιλέγω bootsize και αδδγια να βάλω νούμερο στην κατηγορία



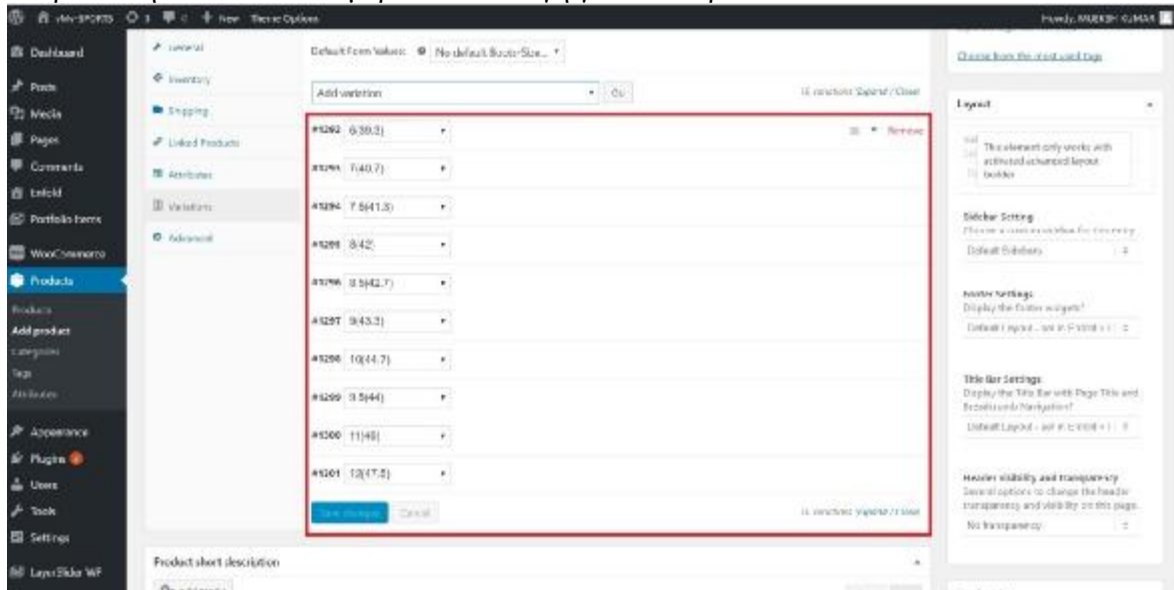
4. Μετά επιλέγω value on the product page και select all για να προσθέσω νούμερα. Και τσεκάρω used for variations για να μου εμφανίζει όλα τα νούμερα.



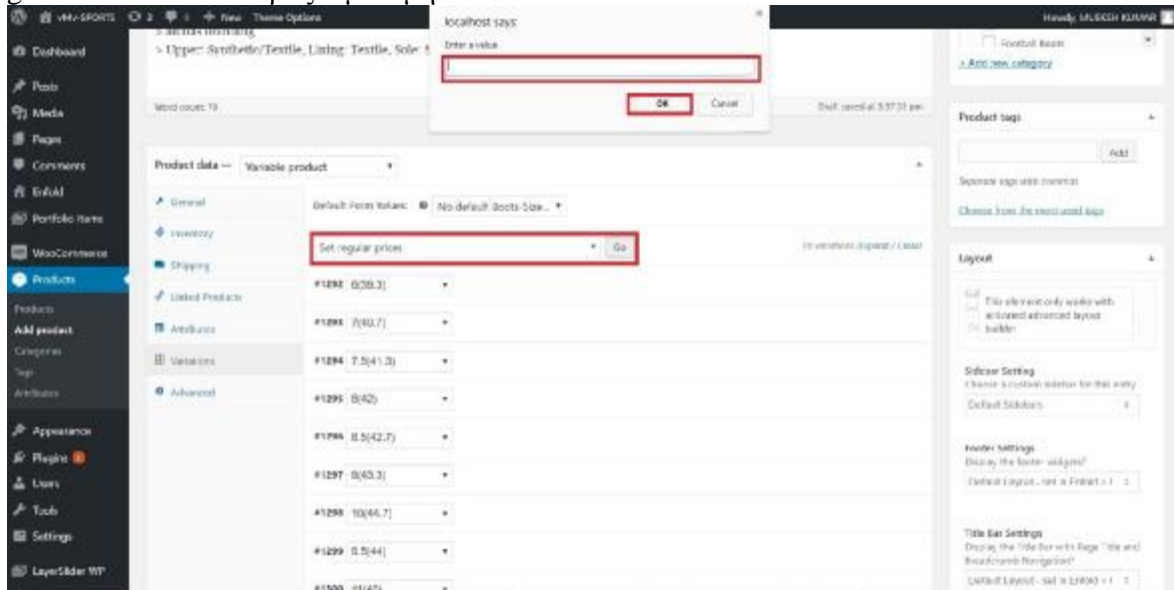
5. Στο evaluations επιλέγω create evaluations from all attributes για να εμφανιστούν τανούμερα του προϊόντος.



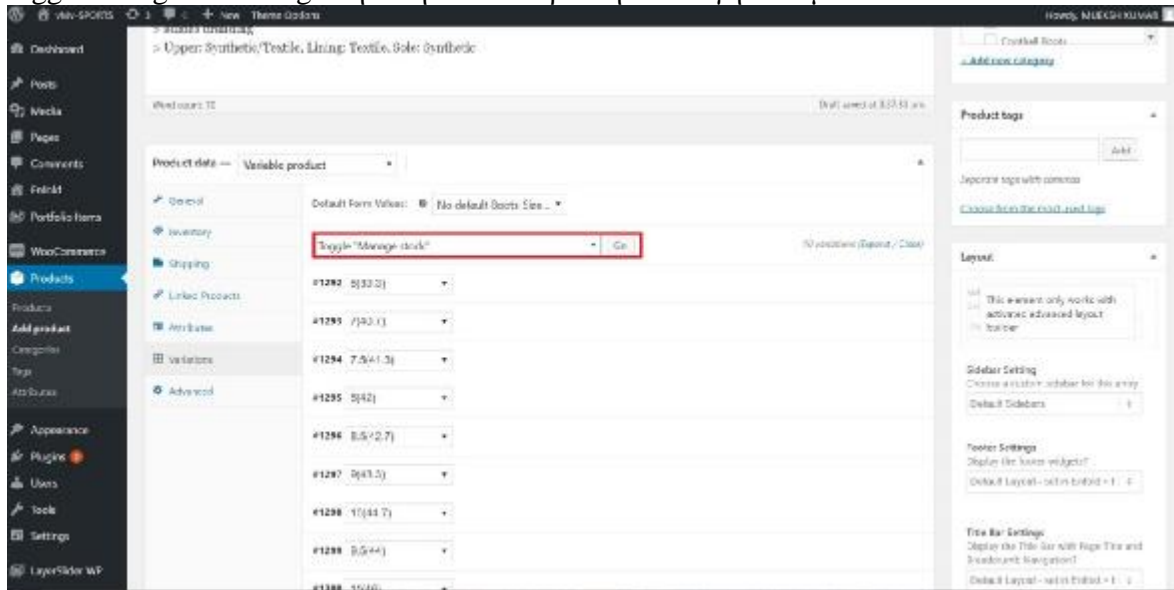
6. Προστέθηκαν όλα τανούμερα σαν επιλογή για κάθε προϊόν.



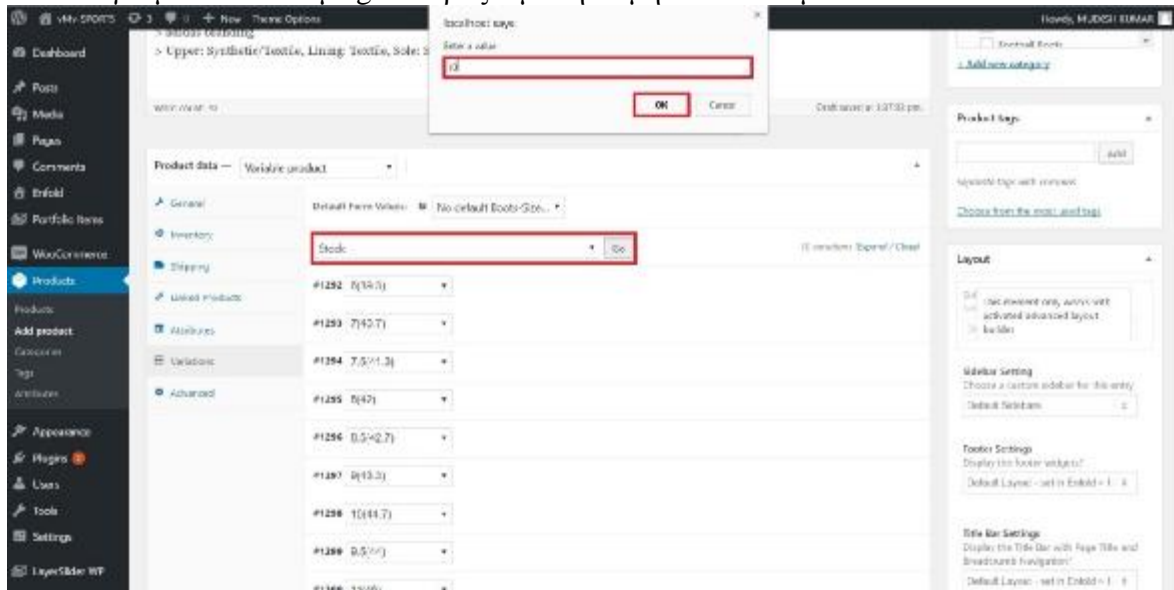
7. Για να βάλουμε τιμή για κάθε νούμερο παπουτσιών επιλέγουμε setregularprices κάνουμε κλικ γοκαι στο entervalueβάζουμε τιμή 50.



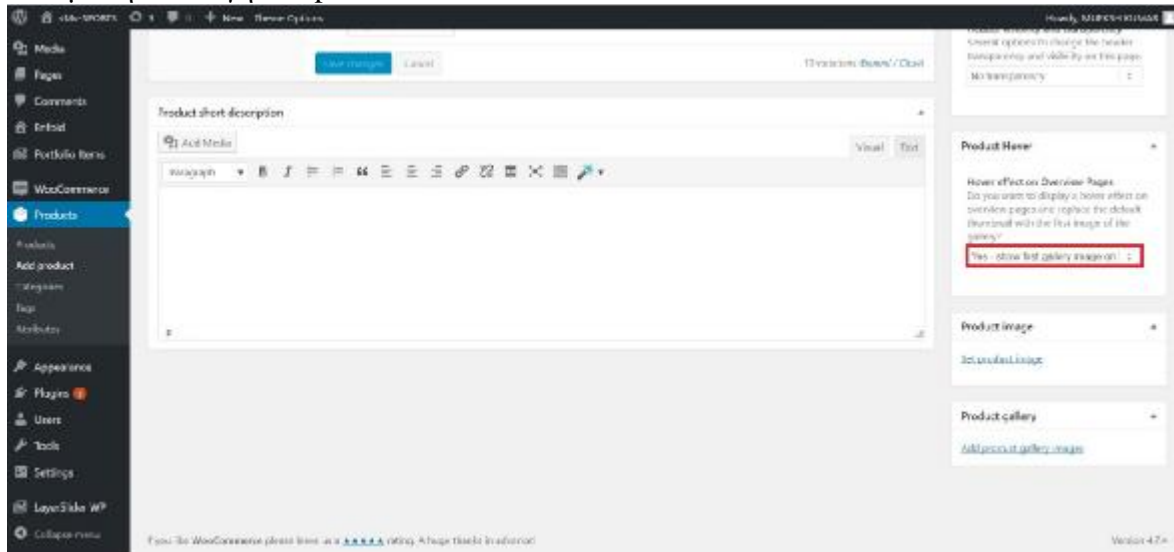
8. Για να τσεκάρουμε την επιλογή managestockγια όλα τα νούμερα διαλέγουμε το togglemanagestockκαι go,δηλαδή θα τσεκάρει την επιλογή αυτόματα.



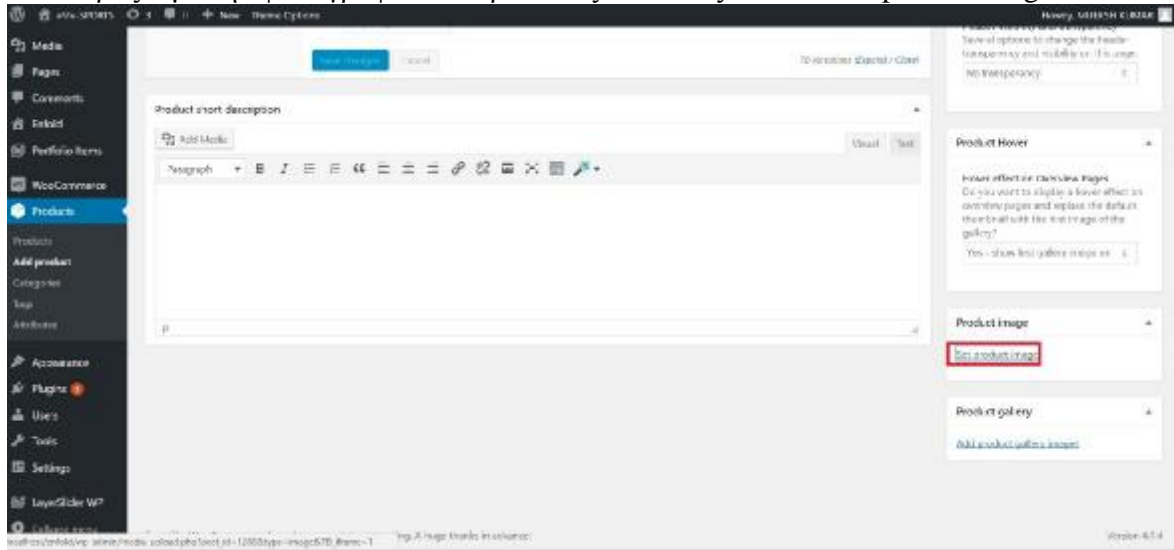
9. Επιλέγουμε stockπατάμε go και βάζουμε την τιμή των αποθεμάτων.



10. Όταν θέλουμε να δούμε το προϊόν από τις δύο όψεις του ακουμπώντας στην φωτογραφία, πατάμε την επιλογή στο product hover.



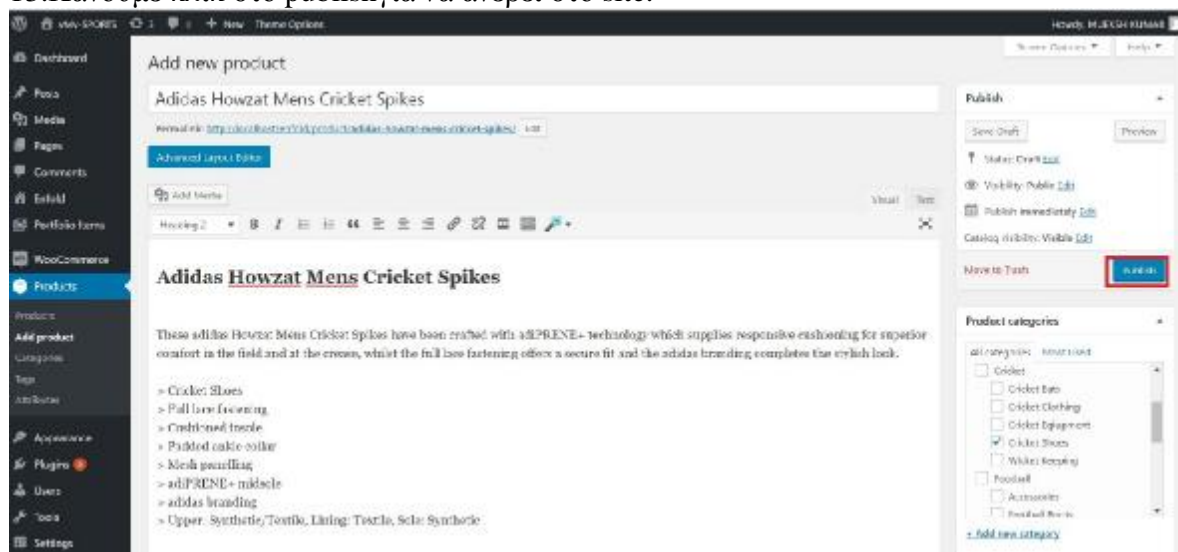
11.Ανεβάζουμε την φωτογραφία του προϊόντος κάνοντας κλικ στο estproductimage



12.Για να προσθέσουμε φωτογραφίες στο gallery του προϊόντος πατάμε adproductimages

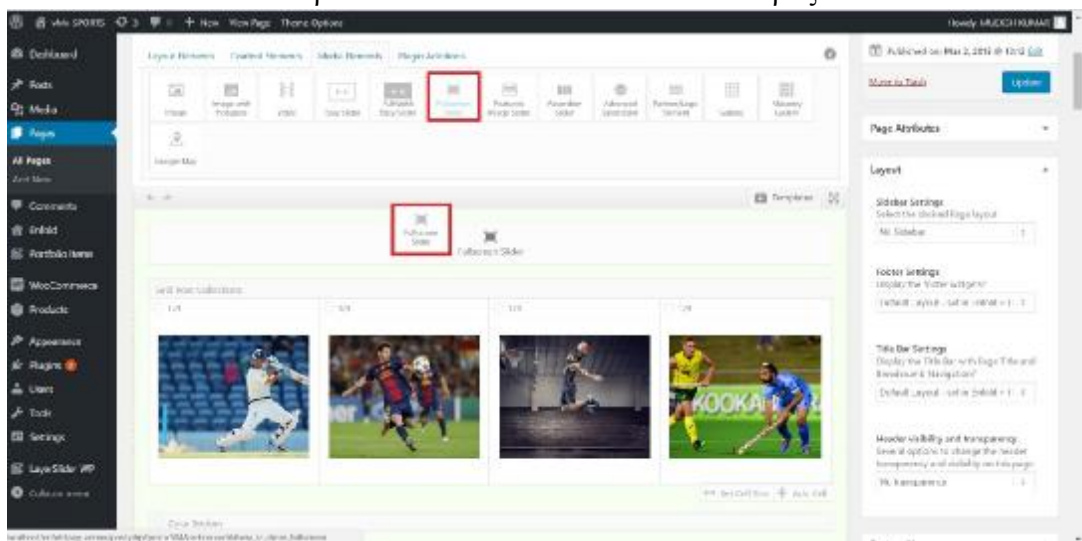


13.Κάνουμε κλικ στο publish για να ανέβει στο site.

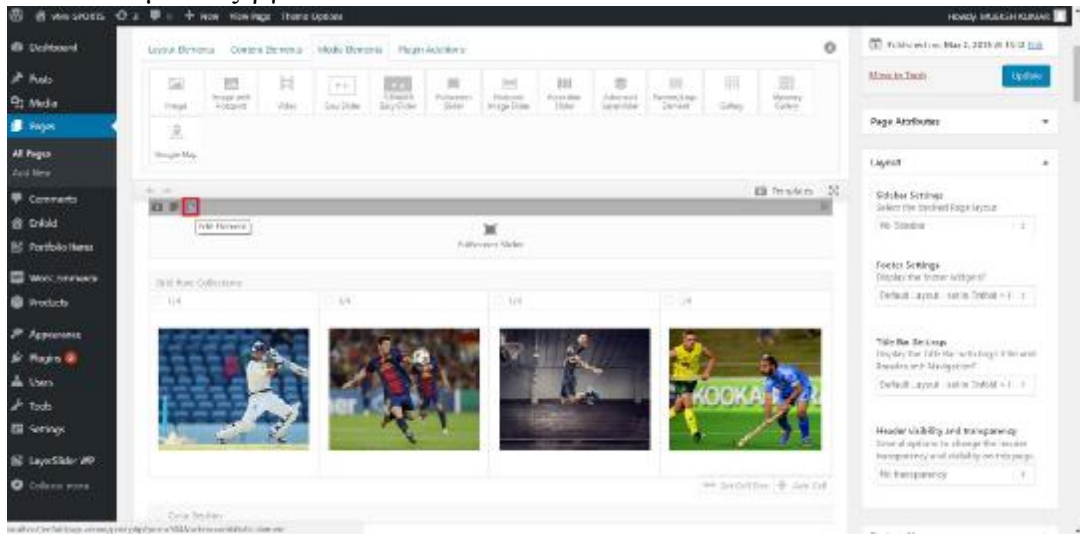


HOME PAGE
Ø Slider

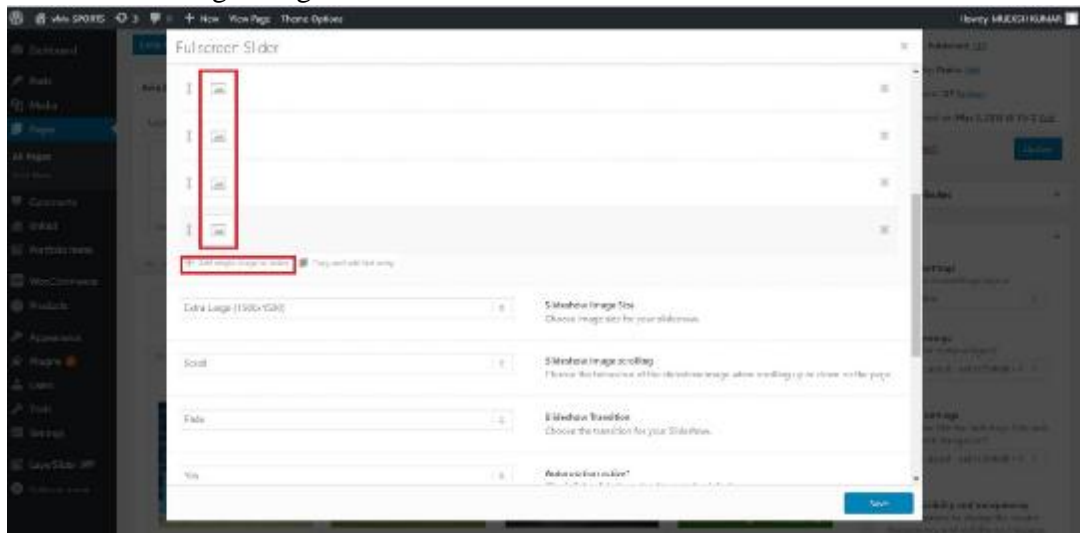
1. Από το Media Elements σέρνω το Full screen Slider και το βάζω στο Home Page.



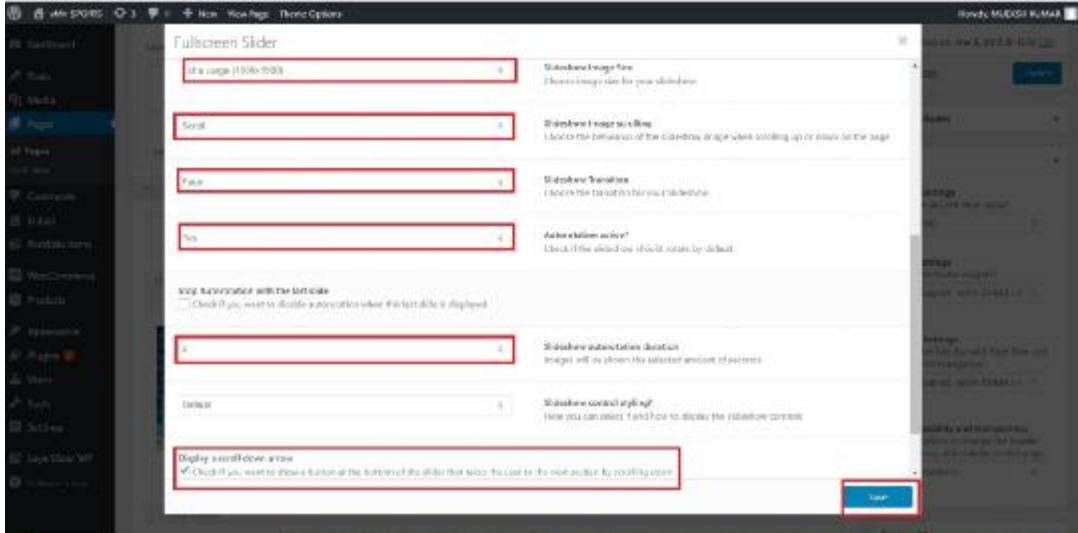
2. Εδώ κάνουμε επεξεργασία στο Slider.



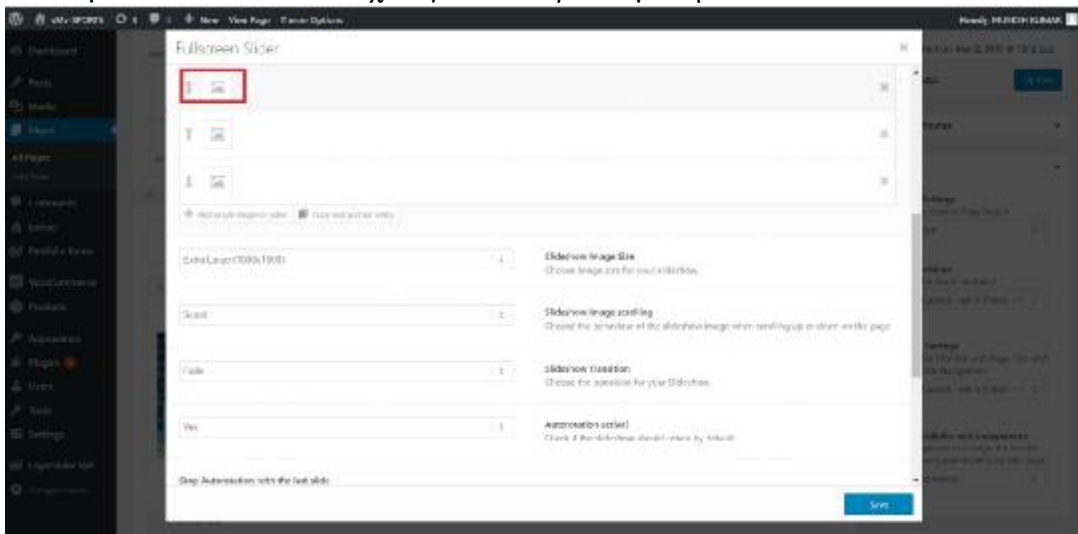
3. Για να μπουν οι εικόνες στο site μας πρώτα προσθέτουμε 5 στοιχεία στο slider κάνοντας κλικ στο Addsingleimage.



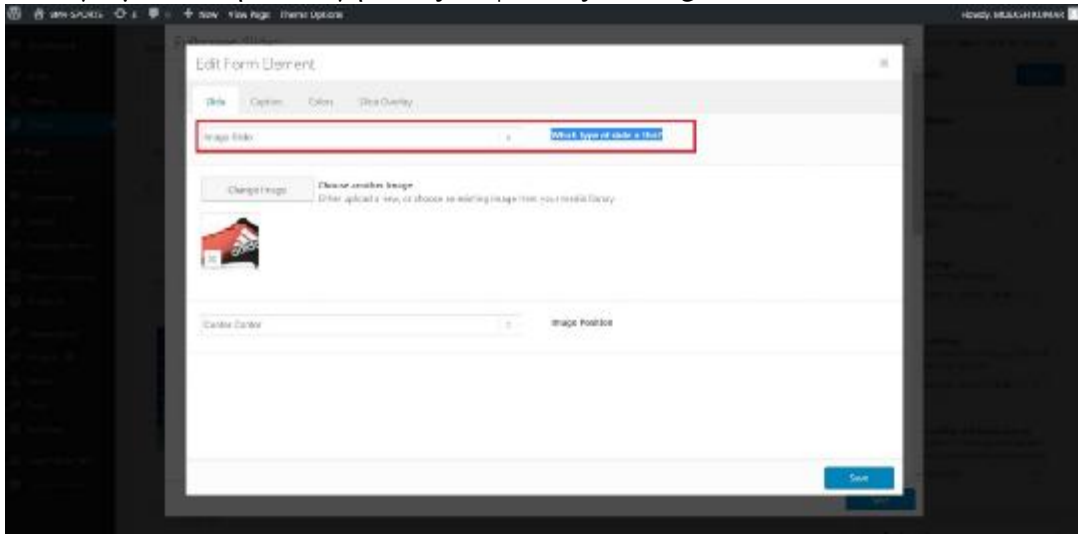
4. Διαλέγουμε το μέγεθος της εικόνας να είναι ExtraLarge(1500x1500). Ως ρύθμιση για την συμπεριφορά της εικόνας διαλέγουμε την επιλογή scroll. Για την μετακίνηση παρουσίας διαφανειών διαλέγουμε την επιλογή fade. Ενεργοποιούμε την αυτόματη περιστροφή με χρονικό όριο 5 sec. Για να εμφανιστεί το βέλος κύλισης τσεκάρουμε την επιλογή DisplayScrollDownArrow. Πατάμε Save.



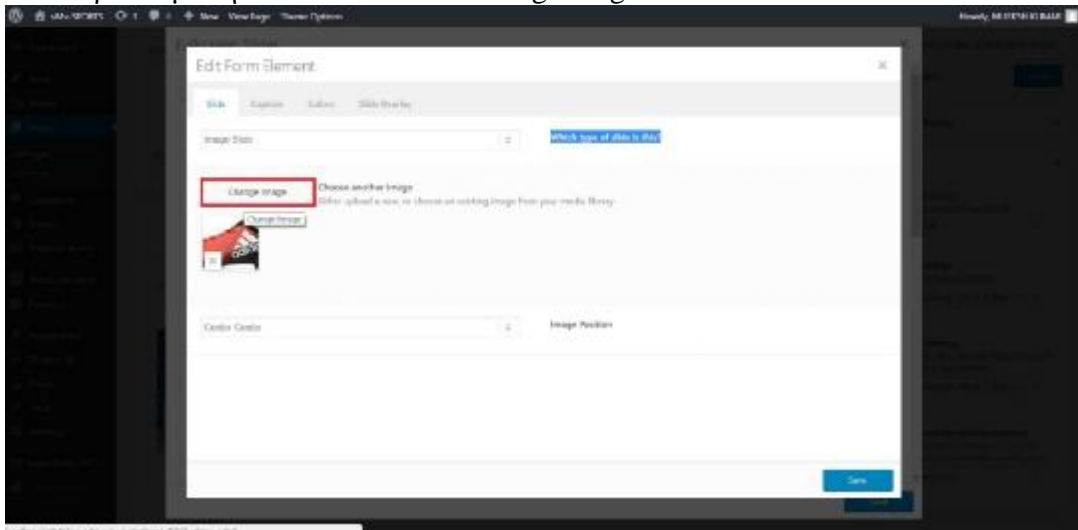
5. Κάνουμε κλικ πάνω στο στοιχείο για να ανεβάσουμε την εικόνα.



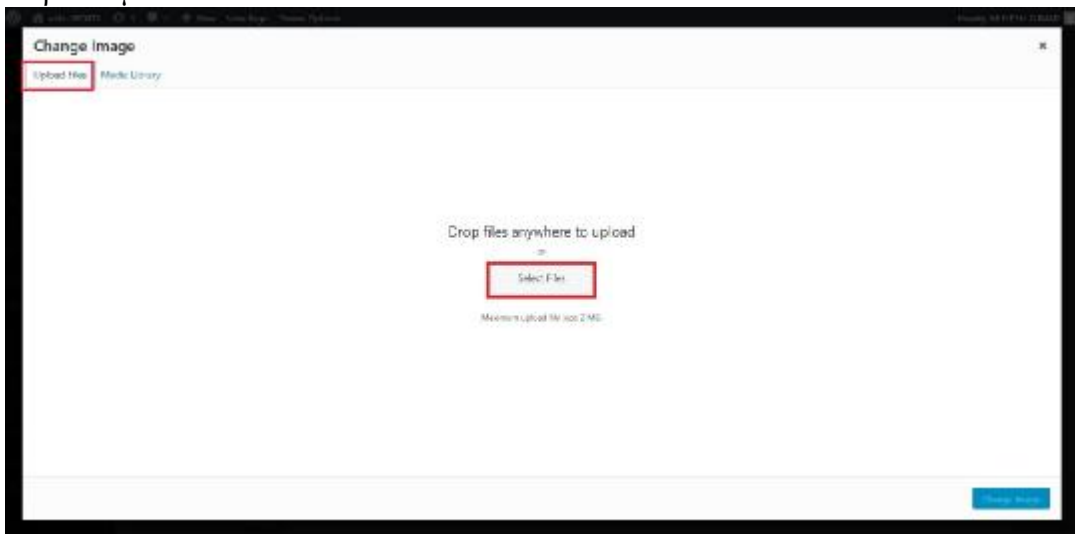
6. Διαλέγουμε από την επιλογή τύπος διαφάνειας το ImageSlide.



7. Για να βάλουμε την εικόνα κλικ στο ChangeImage.



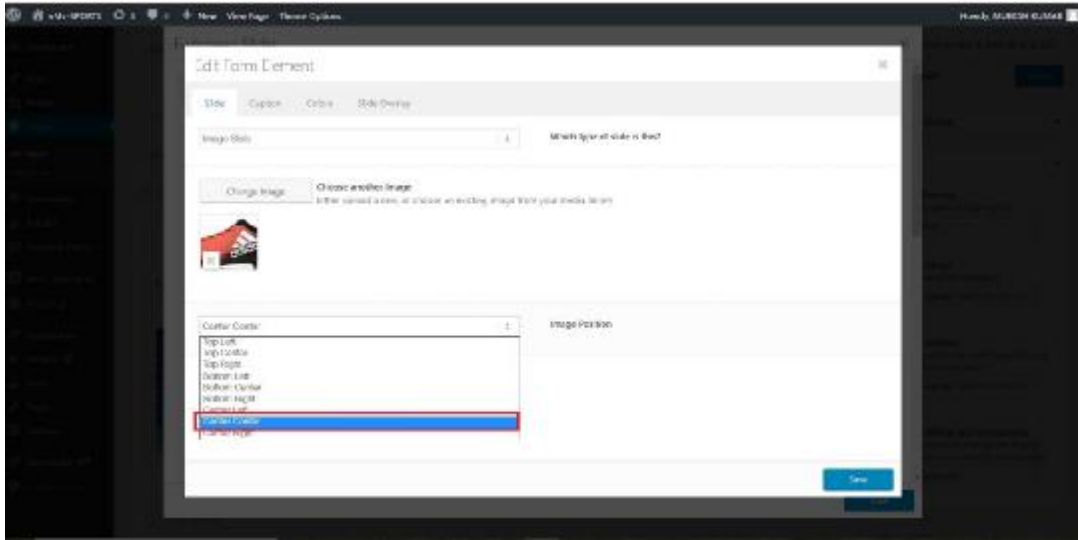
8. Κλικάρουμε το UploadFiles και διαλέγουμε από το σύστημά μας την εικόνα που θέλουμε να βάλουμε στο Slider.



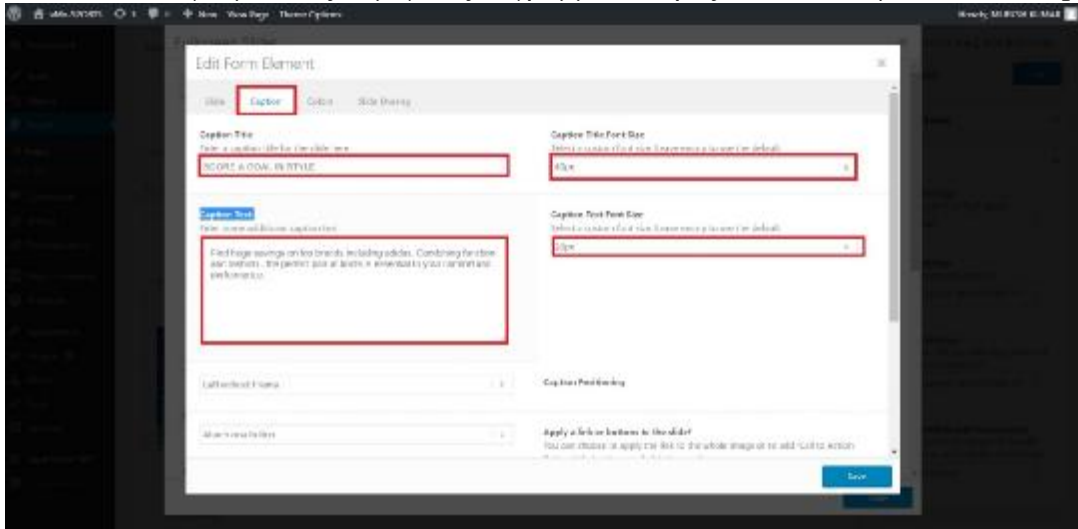
9. Εφόσον έχει ανέβει η εικόνα και από το MediaLibrary διαλέγουμε την εικόνα και πατάμε στο ChangeImage.



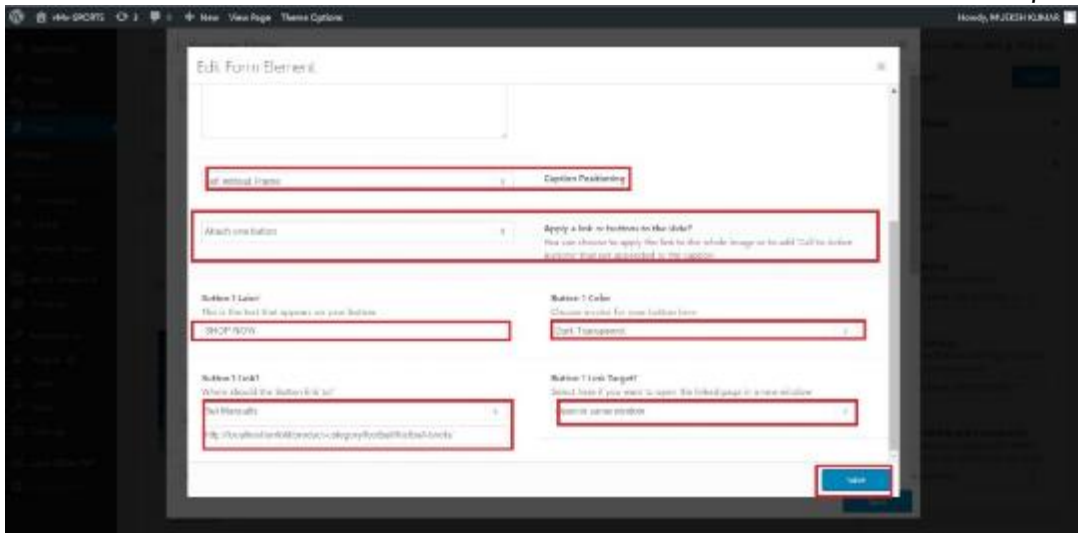
10. Από την επιλογή θέσης εικόνας διαλέγουμε την επιλογή CenterCenter.



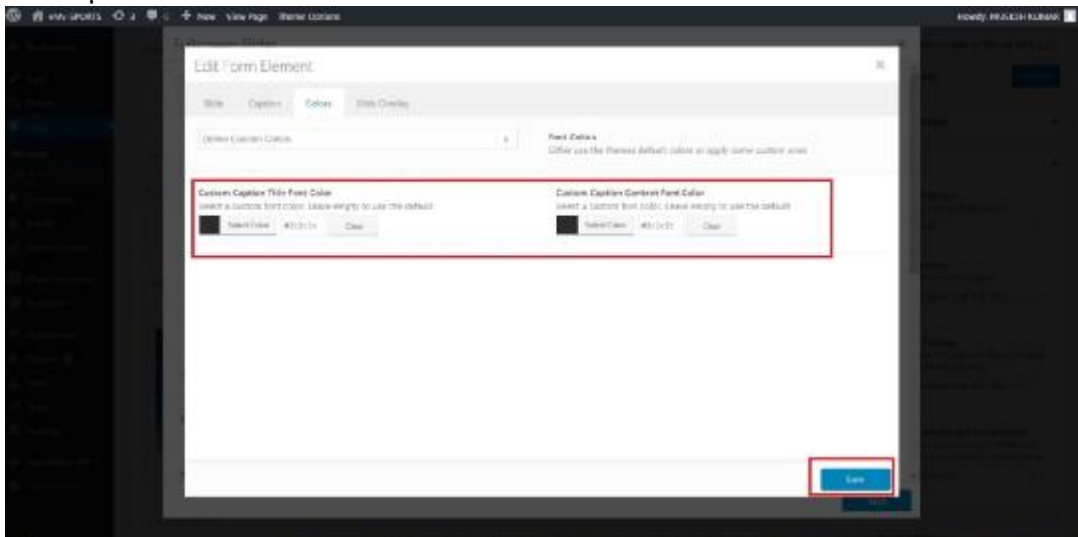
11. Κάνουμε κλικ στο Caption. Στο CaptionTitle γράφουμε τον τίτλο που θέλουμε να εμφανιστεί πάνω στην εικόνα. Διαλέγουμε το μέγεθος γραμματοσειράς για τον τίτλο 40 pixel. Στο CaptionText γράφουμε το κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί κάτω από τον τίτλο. Διαλέγουμε ως μέγεθος γραμματοσειράς του κειμένου 20 pixel.



12. Για την θέση της λεζάντας πάνω στην εικόνα επιλέγουμε LeftWithoutFrame. Για να προσθέσουμε κουμπί ενέργειας στο Slider διαλέγουμε την επιλογή Attachonebutton. Το κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί στο κουμπί ενέργειας το πληκτρολογούμε στο Button 1 Label. Διαλέγουμε ως χρώμα για το κουμπί DarkTransparent. Για να βάλουμε σύνδεσμο στο κουμπί επιλέγουμε την επιλογή SetManually και από κάτω γράφουμε το url της συνδεδεμένης σελίδας που κατευθύνει το κουμπί. Διαλέγουμε Openinsamewindow από την επιλογή "Button 1 LinkTarget?" για να ανοίξει την σελίδα στο ίδιο παράθυρο.



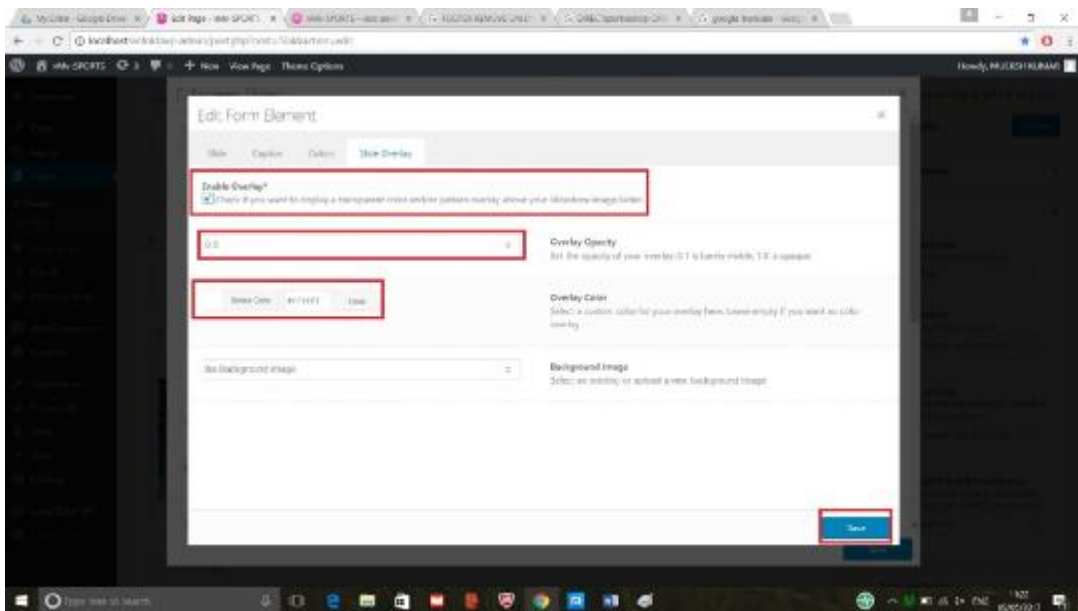
13. Στην επιλογή Colors διαλέγουμε το χρώμα του τίτλου και του κειμένου της εικόνας. Κάνουμε κλικ στο Save.



14. Την ίδια διαδικασία κάνουμε και για άλλες 4 εικόνες.

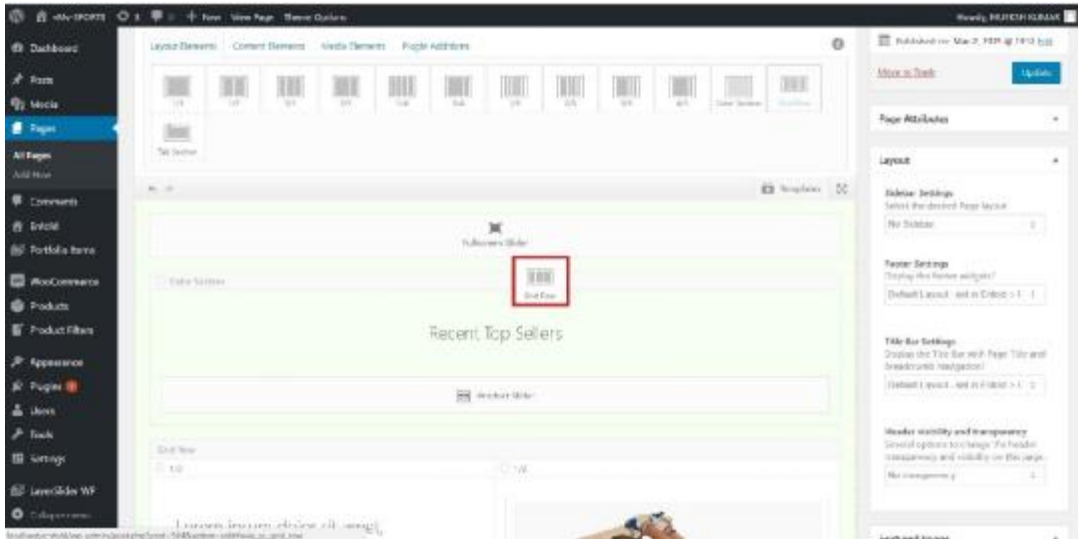
15. Ενεργοποιούμε το SlideOverlay για τις τελευταίες 2 εικόνες.

16. Το ποσοστό της επικάλυψης επιλέξαμε να είναι 0.5. Ως χρώμα να είναι άσπρο. Κάνουμε κλικ στο Save.

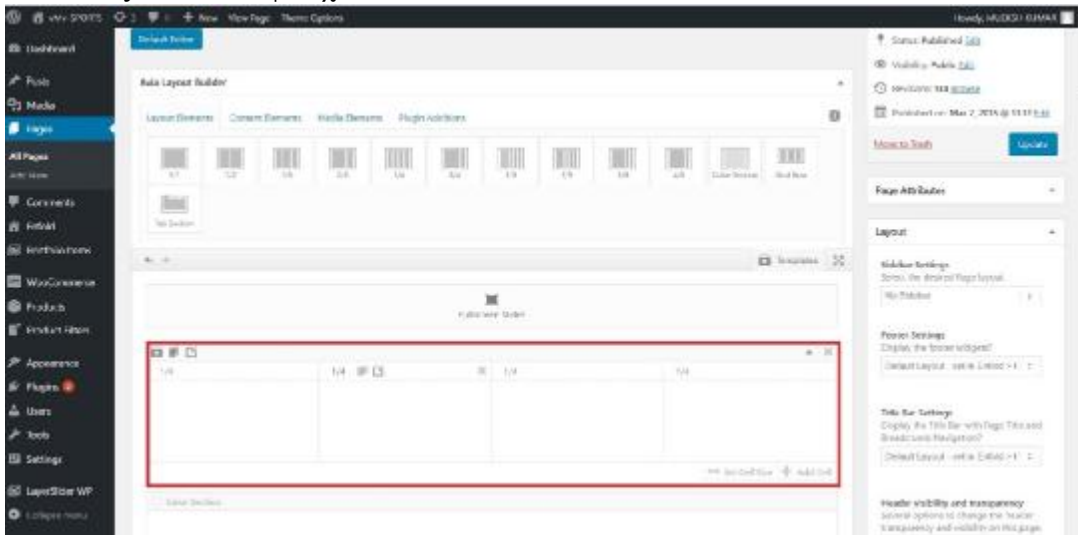


ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

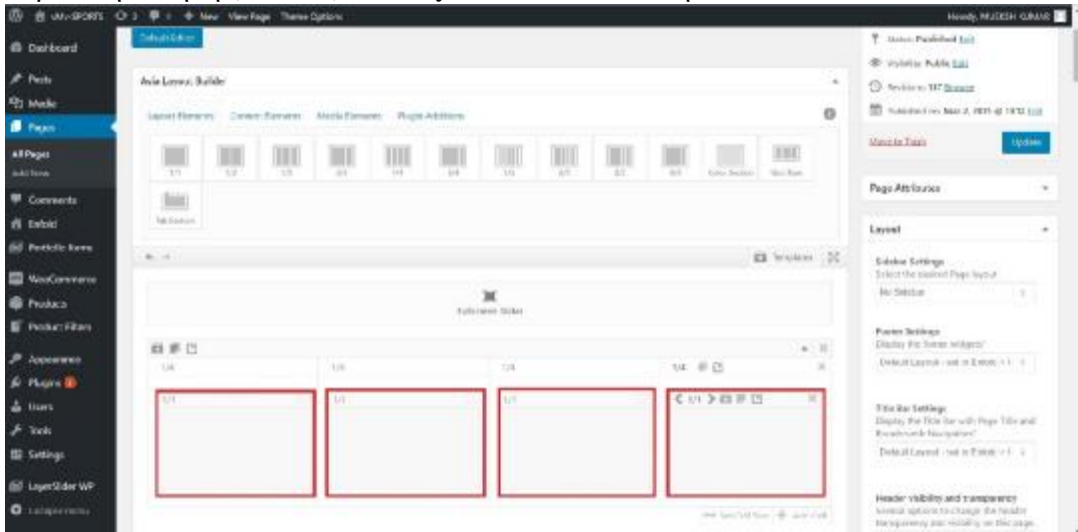
1. Για να δημιουργήσουμε κατηγορίες στο HomePage από τα LayoutElements σέρνω το GridRow και το βάζω κάτω από το slider.



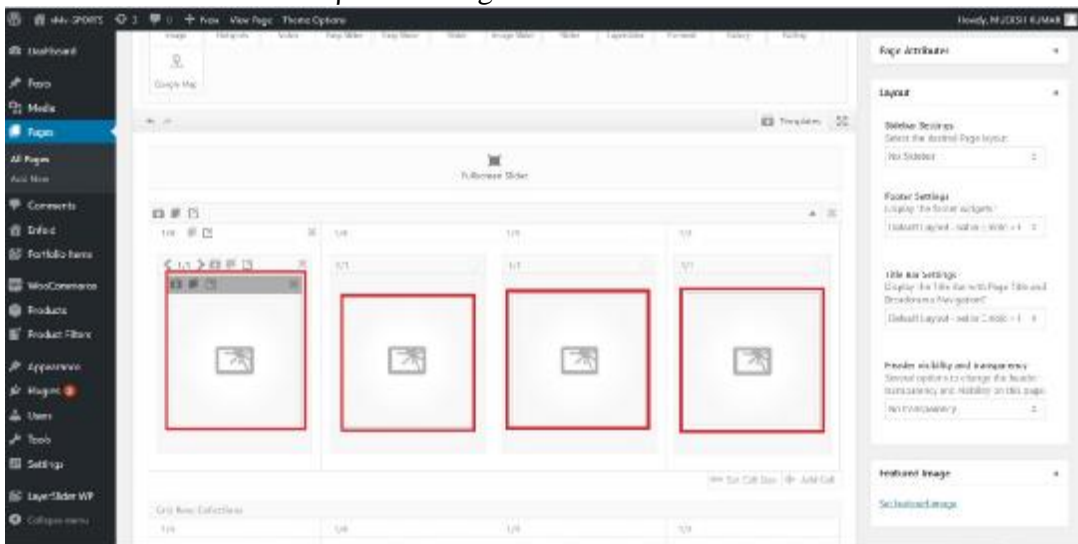
2. Πατώντας Clonecell φτιάχνω 4 κελιά.



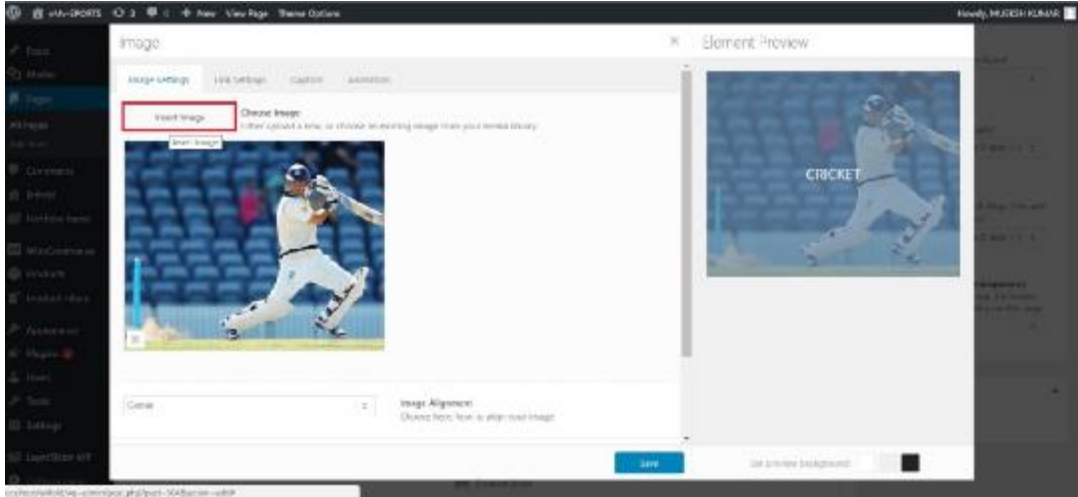
3. Σέρνω την στήλη (column) του LayoutElements και την τοποθετώ και στα 4 κελιά.



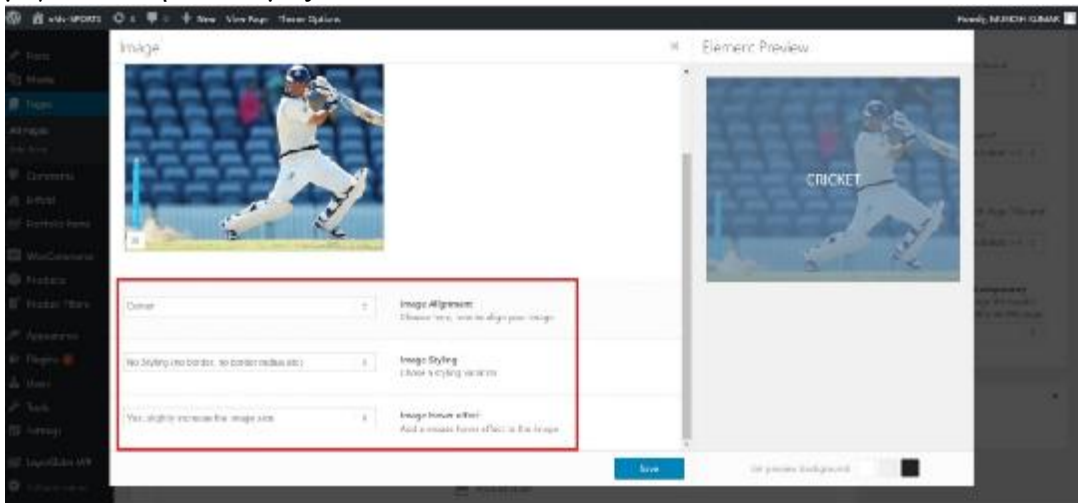
4. Από το MediaElements σέρνω το Image και το τοποθετώ και στα 4 κελιά.



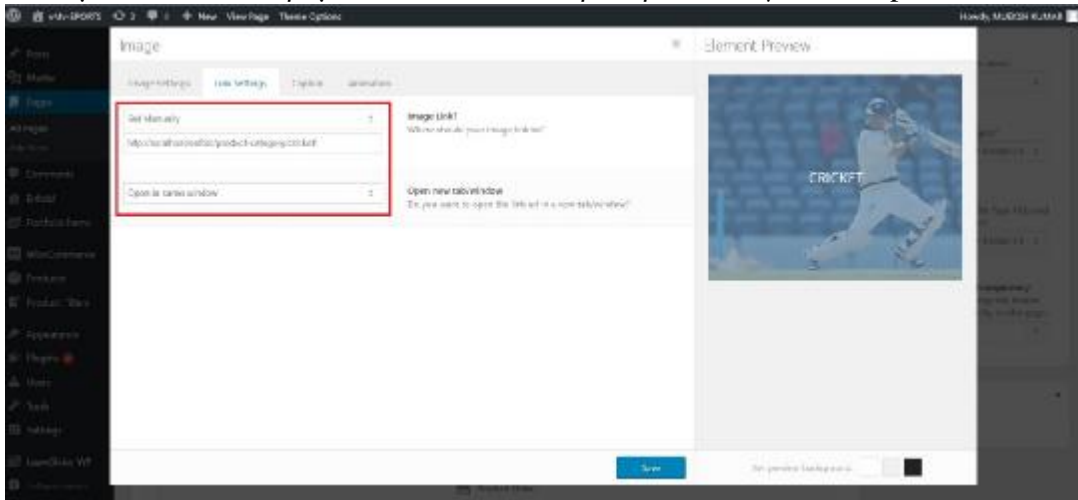
5. Κάνουμε κλικ στο EditElements για να βάλουμε την εικόνα και το ImageLink. Κλικάρουμε το InsertImage και ανεβάζουμε την εικόνα από το σύστημά μας που θέλουμε.



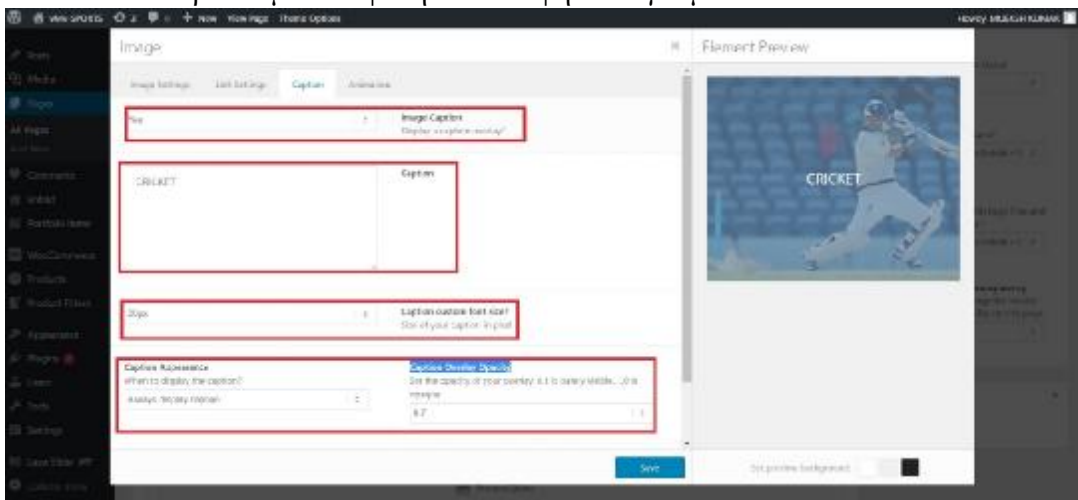
6. Βάζουμε center στο Image Alignment. Στο Image Styling βάζουμε No Styling και στο Image Hover effect βάζουμε Yes, slightly increase.... Όταν ακουμπάμε το ποντίκι μας μεγεθύνετε η εικόνα μας.



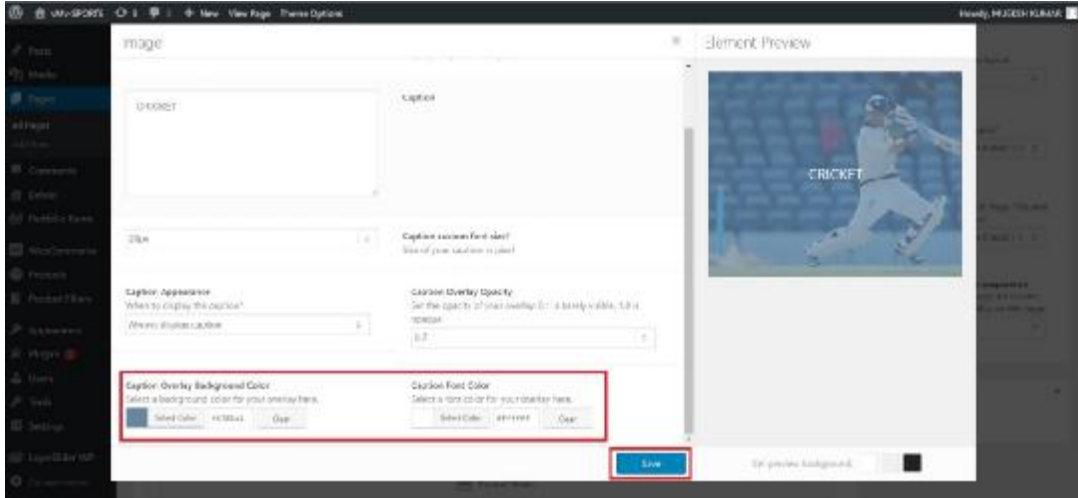
7. Κάνοντας κλικ στο LinkSettings πηγαίνουμε αυτόματα στην κατηγορία προϊόντων. Στο imagelink επιλέγουμε SetManually και από κάτω γράφουμε το url της σελίδας που θέλουμε. Για να παραμείνω στο ίδιο παράθυρο διαλέγω το Openinsamewindow.



8. Στην επιλογή Caption διαλέγουμε για το ImageCaption το Yes. Γράφουμε στο CaptionCRICKET και για το μέγεθος επιλέγουμε 20 pixel. Από το CaptionAppearance διαλέγουμε το Alwaysdisplaycaption για να εμφανιστεί η λεζάντα πάντα πάνω στην εικόνα. Για να βάλουμε αδιάφανη επικάλυψη επιλέγουμε 0.7.



9. Διαλέγουμε το χρώμα για την επικάλυψη και για την λεζάντα. Κάνουμε κλικ στο Save.



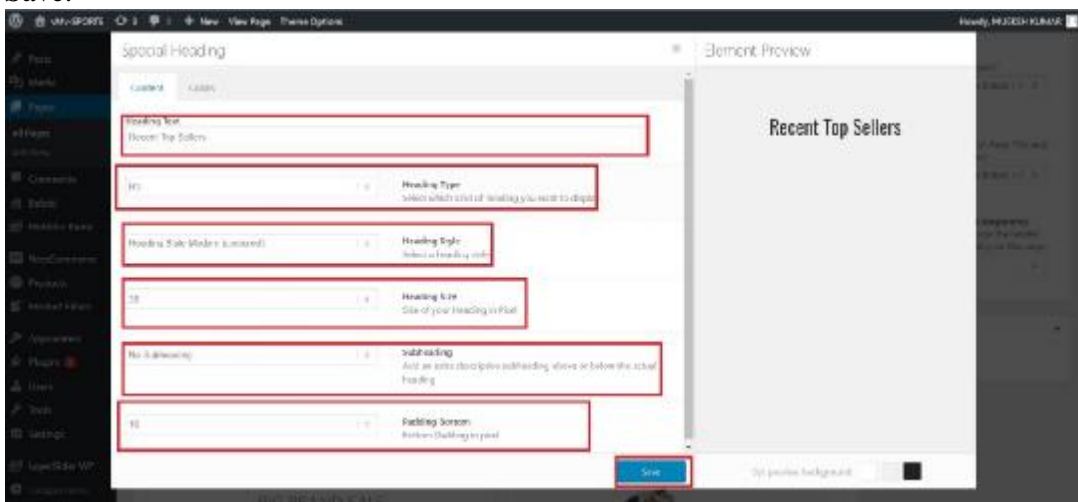
10. Την ίδια διαδικασία ακολουθούμε και για τις άλλες 3 κατηγορίες.

ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

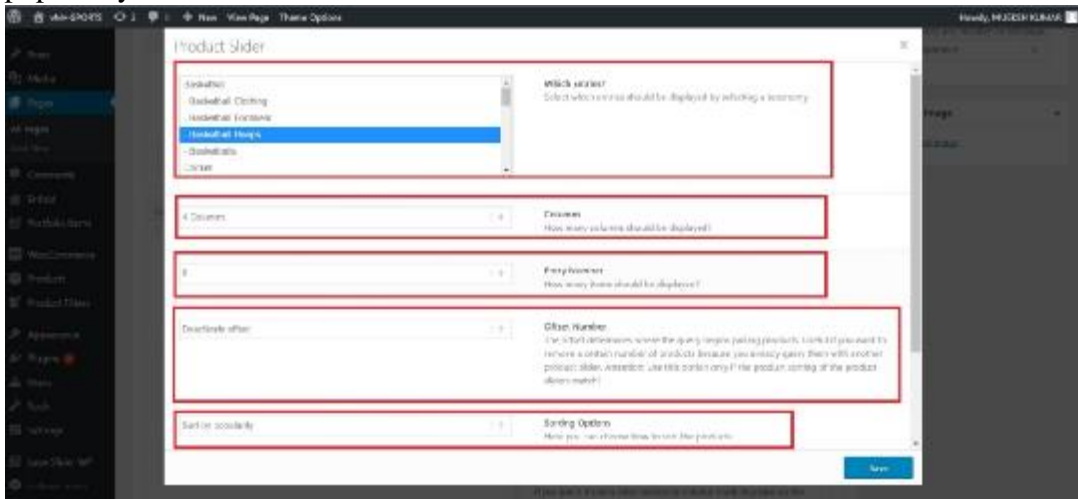
1. Από το Layout σέρνω το ColorSection και το τοποθετώ στο HomePage. Από το ContentElement σέρνω το SpecialHeading και το τοποθετώ μέσα στο ColorSection. Για να εμφανιστούν τα προϊόντα βάζουμε productslider.



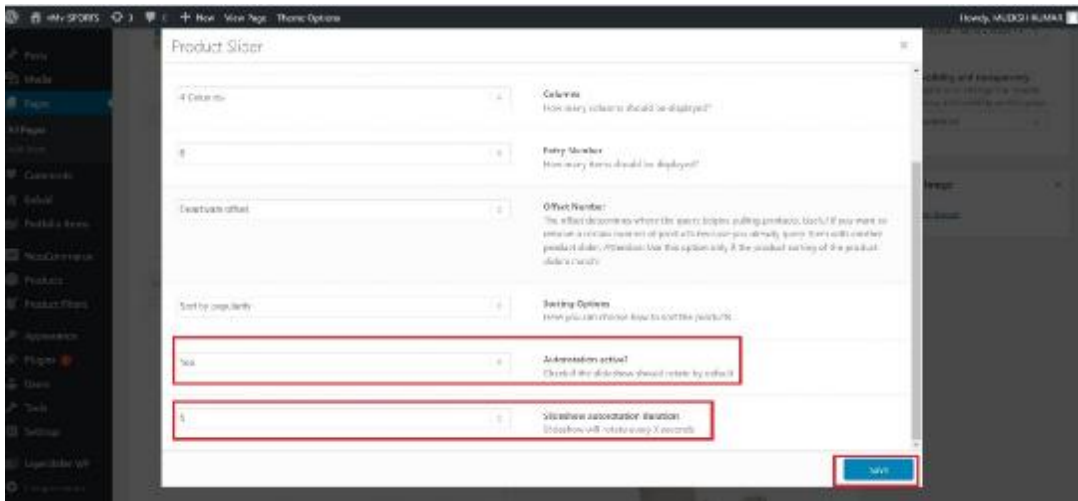
2. Για να κάνουμε επεξεργασία το SpecialHeading κάνουμε κλικ στο EditElement. Ως τίτλο γράφουμε Recent Top Sellers. Στο Heading Type βάζουμε H3. Στο Heading Style επιλέγουμε Heading Style Modern(centered). Στο Heading Style 35. Στο subheading επιλέγουμε no subheading. Τέλος στο Padding Bottom βάζουμε 10. Κάνουμε κλικ στο Save.



- Εδώ κάνουμε επεξεργασία στο ProductSlider και θα καταχωρήσει όλα τα προϊόντα αυτόματα που θα εμφανιστούν στο Slider. Επιλέγουμε 4 στήλες να εμφανιστούν στο slider. Μετά επιλέγουμε 8 αντικείμενα να εμφανιστούν πάλι στο slider. Στο Offset Number επιλέγουμε το Deactivate Offset και στο Sorting Options επιλέγουμε το Sort by popularity.

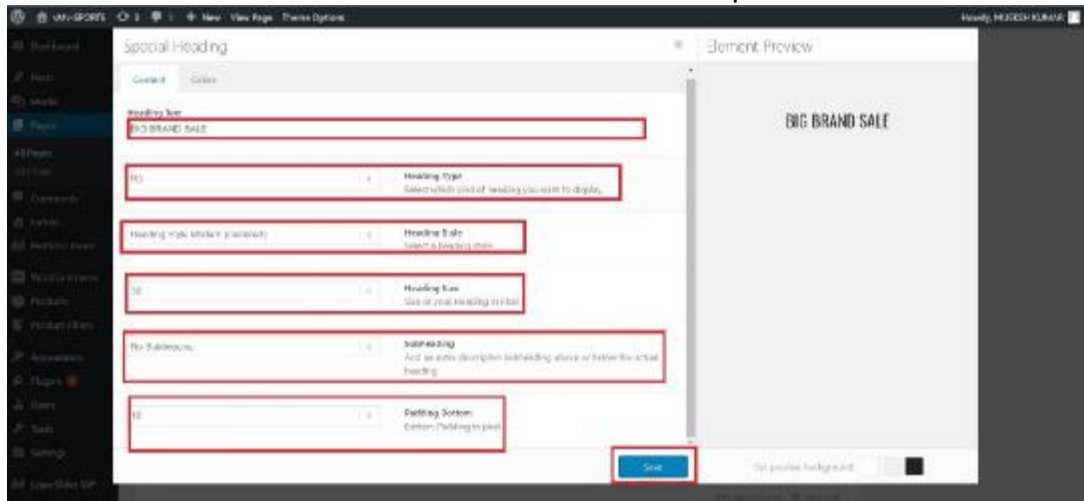


- Στο Autorotationactive επιλέγουμε Yes και στο Slideshow βάζουμε 5 sec για τον χρόνο περιστροφής. Πατάμε Save.

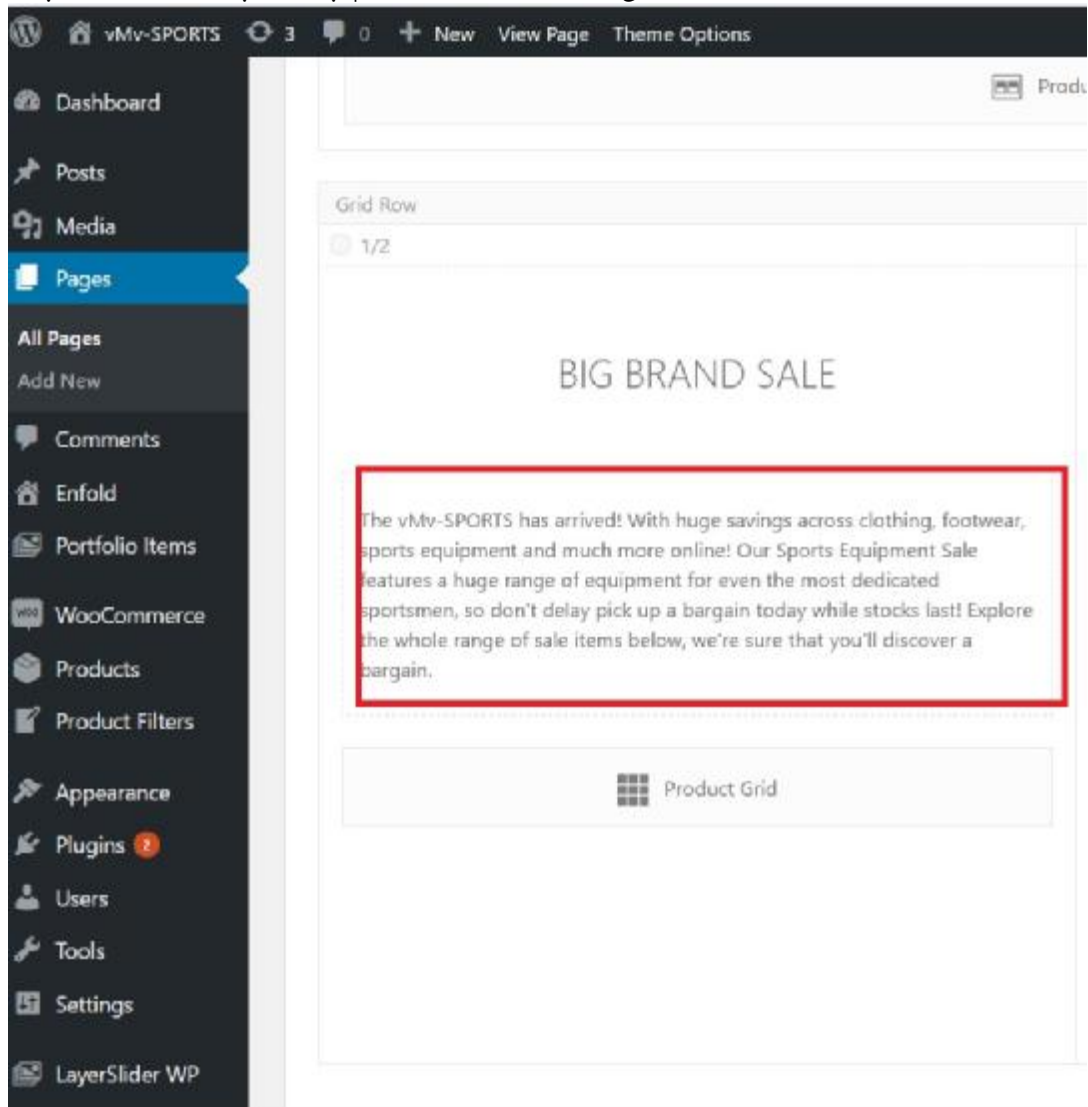


BIG BRAND SALE

1. Επιλέγουμε το Special Heading και γράφουμε ως τίτλο BIG BRAND SALE με ρυθμίσεις Heading Type: H3, το Heading Style: Heading Style Modern (centered), το Heading Size: 30, το Subheading: No Subheading, το Padding Bottom: 10. Πατάμε Save.



2. Σέρνουμε το TextBlock και το βάζουμε κάτω από το SpecialHeading και γράφουμε το κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί στο HomePage.



3. Σέρνουμε το ProductGrid και το τοποθετούμε κάτω από το TextBlock με ρυθμίσεις το WhichEntries: Θα επιλέξει αυτόματα τα προϊόντα από τις κατηγορίες προϊόντων, το Columns: Επιλέγουμε 3, το EntryNumber: Επιλέγουμε 6, το OffsetNumber: Deactivateoffset, το SortingOptions: Sortbyprice. Πατάμε Save.

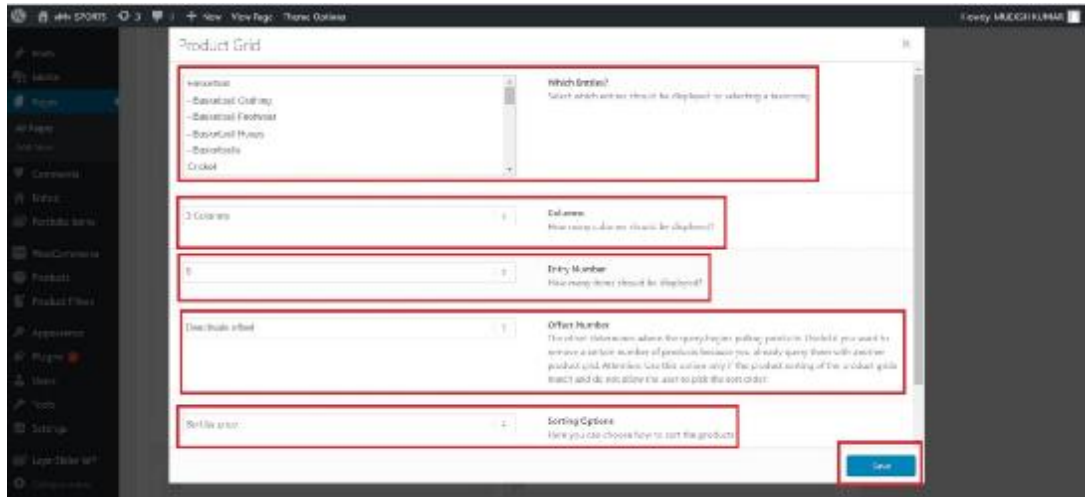
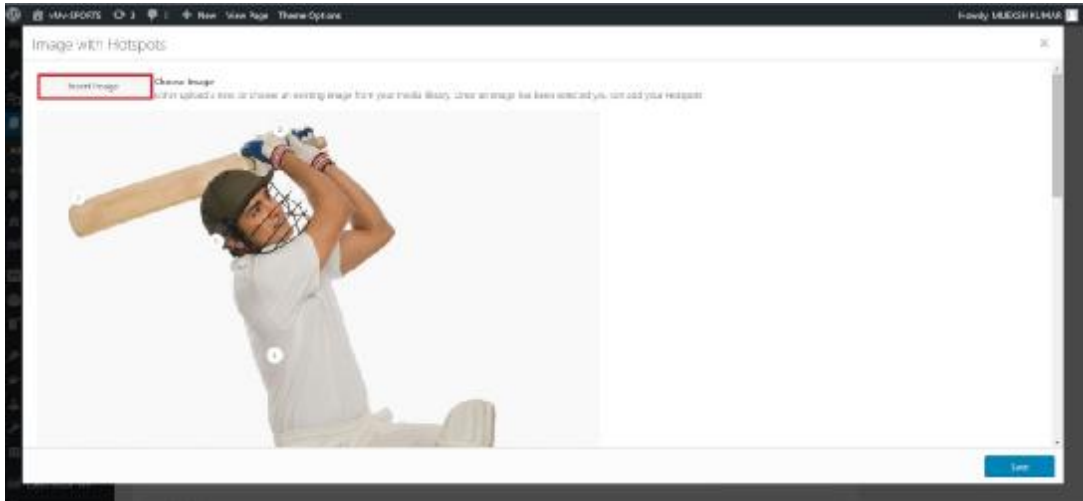
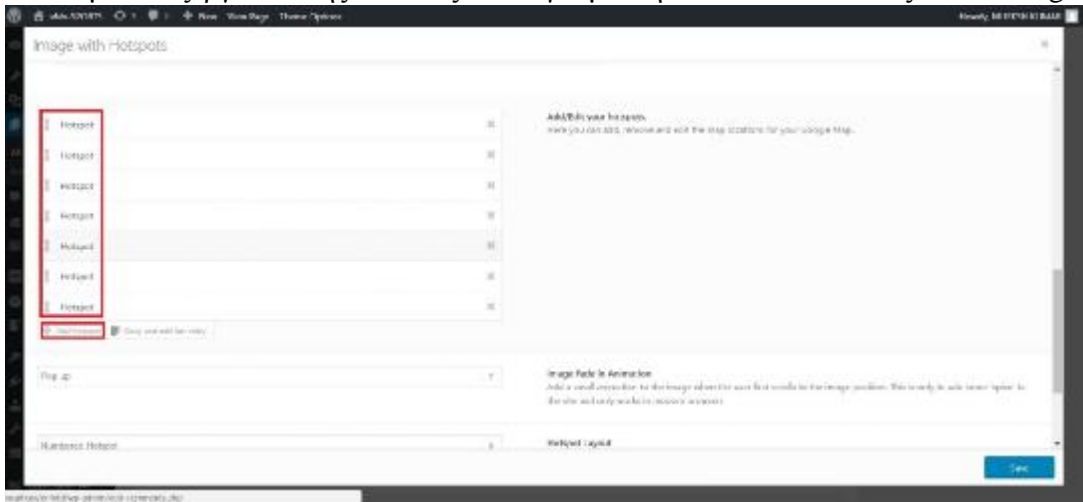


IMAGE WITH HOTSPOTS

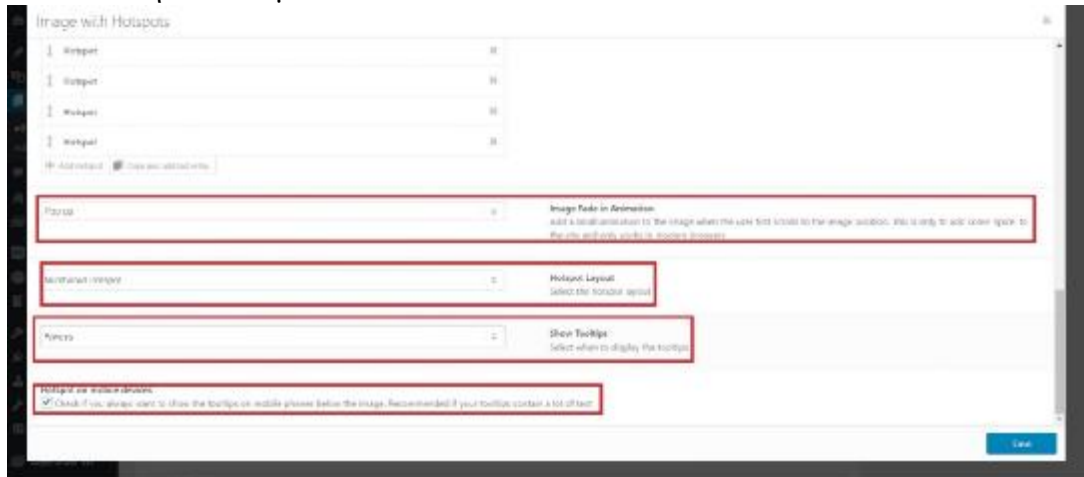
1. Σέρνουμε το ImagewithHotspots από το MediaElements και το τοποθετούμε στο ίδιο κελί δίπλα στο BIGBANDSALE.



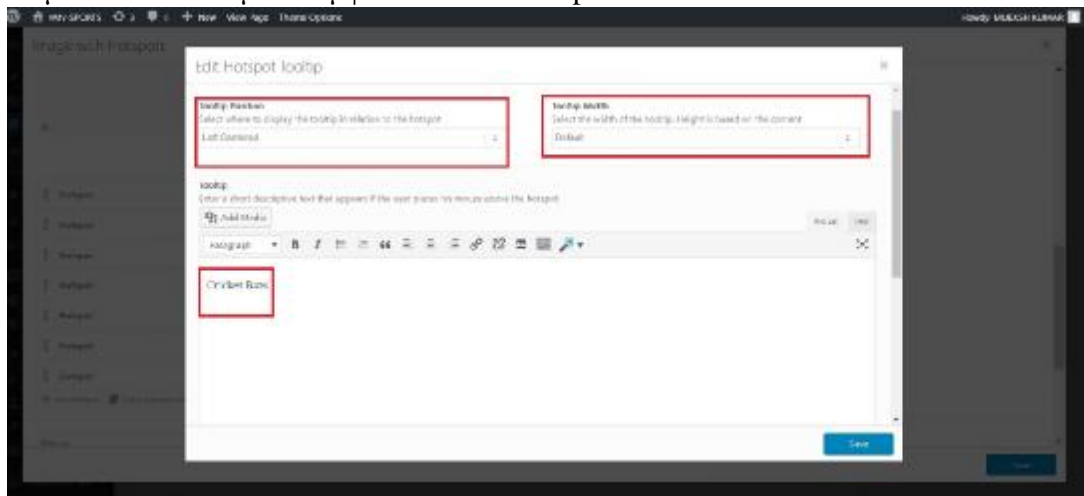
2. Κάνουμε επεξεργασία της εικόνας. Εισάγουμε την εικόνα πατώντας InsertImage.



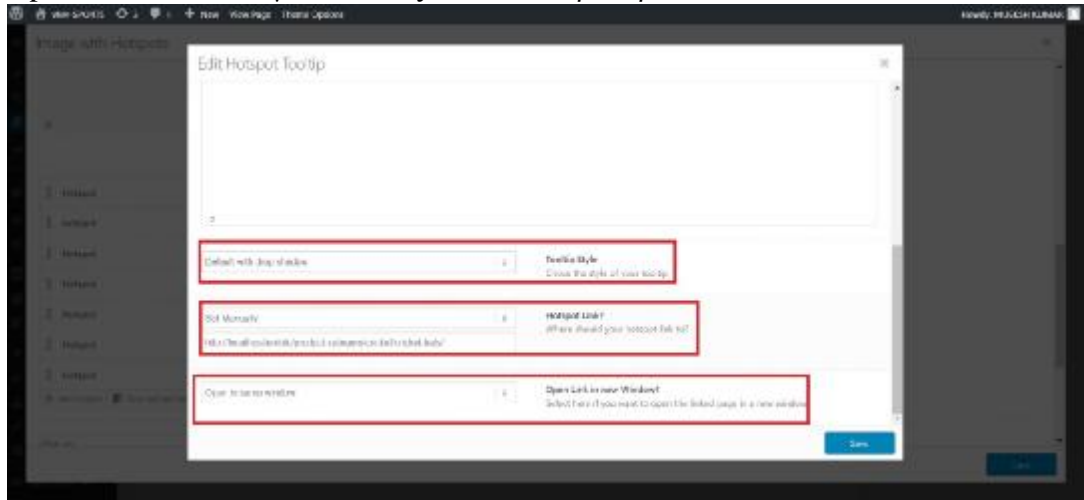
3. Στο Add/Edityouhotspots προσθέτουμε 7 hotspots πατώντας AddHotspot και μετά ImageFadeinAnimation επιλέγουμε το Popup. Στο HotspotLayout επιλέγουμε το NumberedHotspot και στο ShowTooltips επιλέγουμε το Always. Για να εμφανιστούν και στο κινητό κάνουμε κλικ το Checkif.....



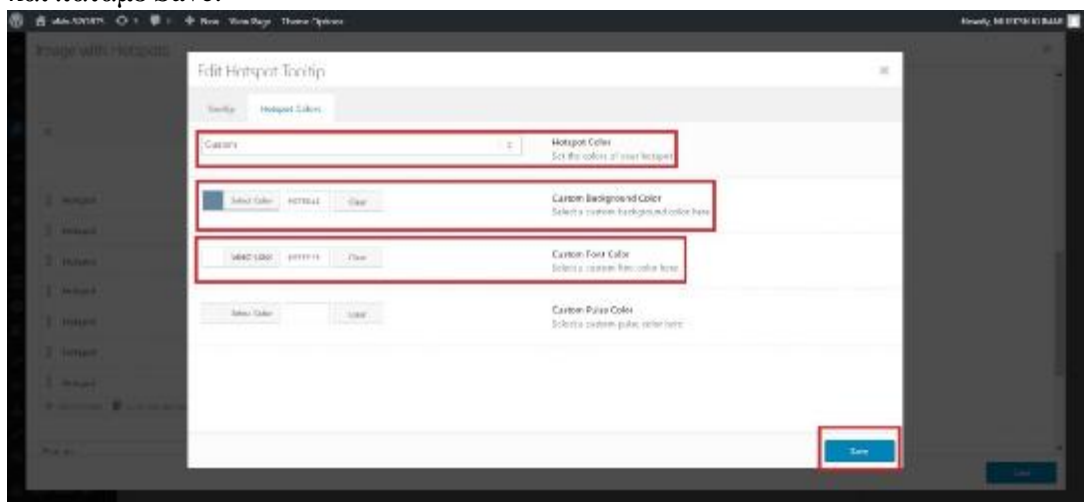
4. Κάνουμε κλικ πάνω στο Hotspot για επεξεργασία και στο TooltipPosition επιλέγουμε το leftcentered. Στο TooltipWidth επιλέγουμε Default. Γράφουμε CricketBats ως κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί στο Hotspot.



5. Στο TooltipStyle επιλέγουμε το Defaultwithdropshadow. Στο HotspotLink επιλέγουμε SetManually και γράφουμε το url ως σύνδεσμο. Επιλέγουμε το Openinsamewindow για να ανοίξει το ίδιο παράθυρο.



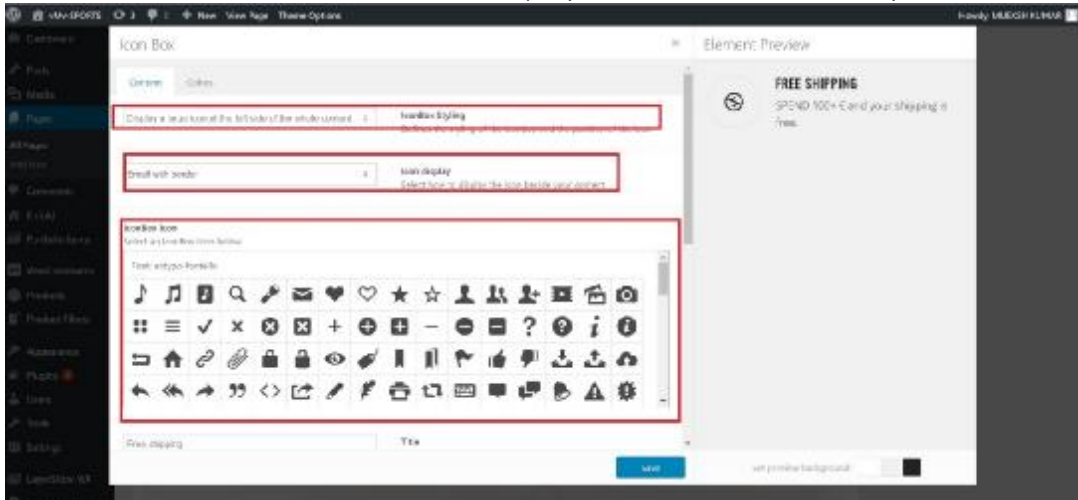
6. Στο HotspotColors επιλέγουμε το Custom και διαλέγουμε τα χρώματα που θέλουμε και πατάμε Save.



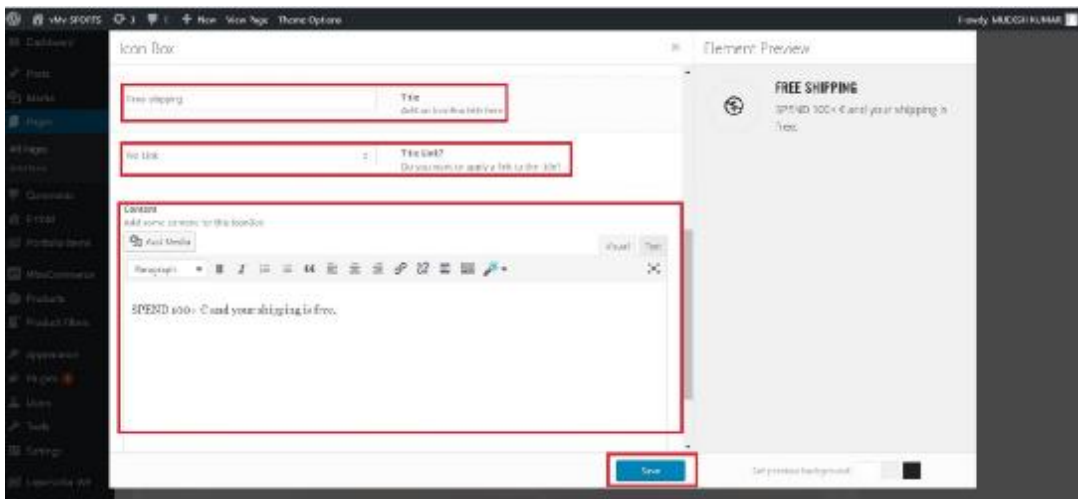
7. Τα Hotspot μπορούμε να τα τοποθετήσουμε όπου θέλουμε εμείς πάνω στην εικόνα.

ΠΑΡΟΡΟΦΟΡΙΕΣ

1. Σέρνουμε το ColorSection και το τοποθετούμε στο HomePage και μετά σέρνουμε 4 κελιά και τα τοποθετούμε μέσα στο ColorSection. Σέρνουμε το Icon Box και το τοποθετούμε στα 4 κελιά.
2. Κάνουμε επεξεργασία το Icon Box στο Content, στο icon Box Styling επιλέγουμε το Display a large icon at the left side of the whole content. Στο IconDisplay επιλέγουμε το Smallwithborder. Στο IconboxIcon επιλέγουμε το εικονίδιο που θέλουμε.

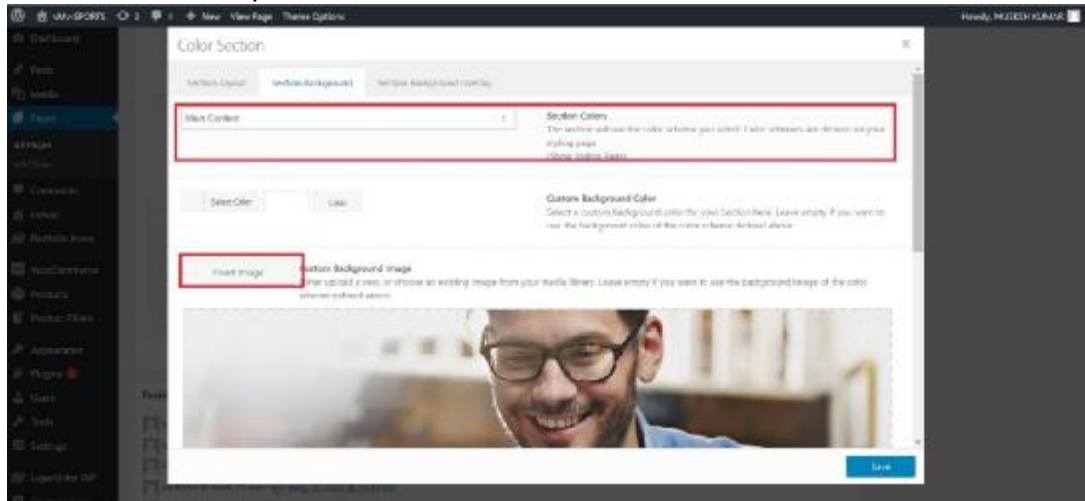


3. Ως τίτλο γράφουμε το freeshipping και στο tittlelink επιλέγουμε το Nolink. Στο Content γράφουμε το κείμενο που θέλουμε να εμφανιστεί στο IconBox . Ως χρώμα επιλέγουμε το DefaultColor. Πατάμε Save.

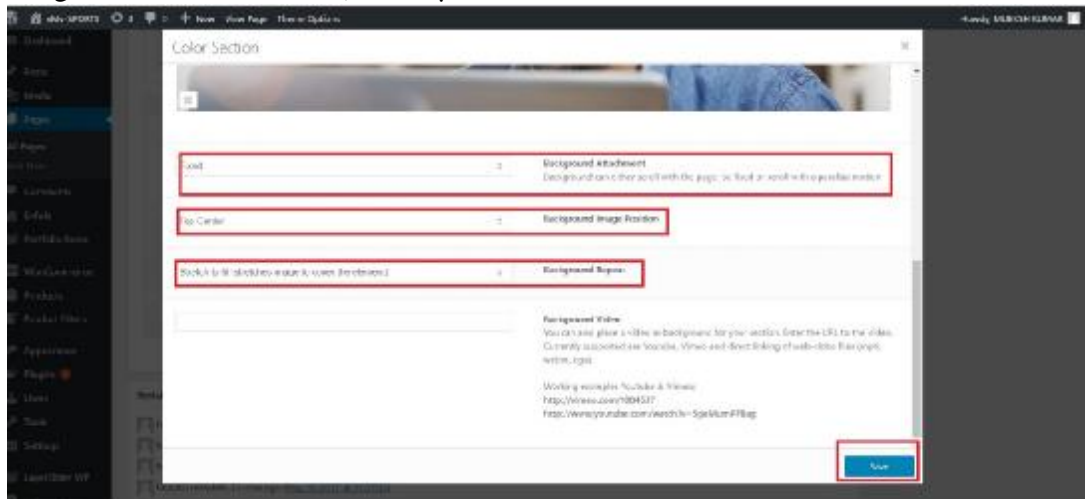


ΕΓΓΡΑΦΗ

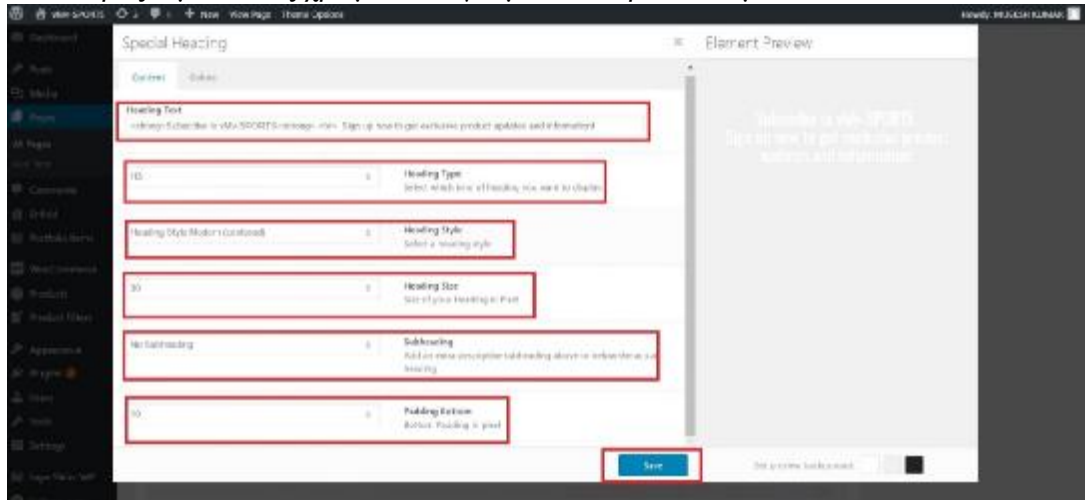
1. Σέρνουμε το ColorSection και το τοποθετούμε κάτω από τα IconBox.
2. Κάνουμε επεξεργασία στο ColorSection και στο SectionBackground, στο SectionColors επιλέγουμε MainContent και πατώντας το Insertimage ανεβάζουμε όποια εικόνα θέλουμε.



3. Στο Background Attachment επιλέγουμε fixed, στο Background Image Position επιλέγουμε Top Center, στο Background Repeat επιλέγουμε Stretch to fit(stretches image to cover the element). Πατάμε Save.

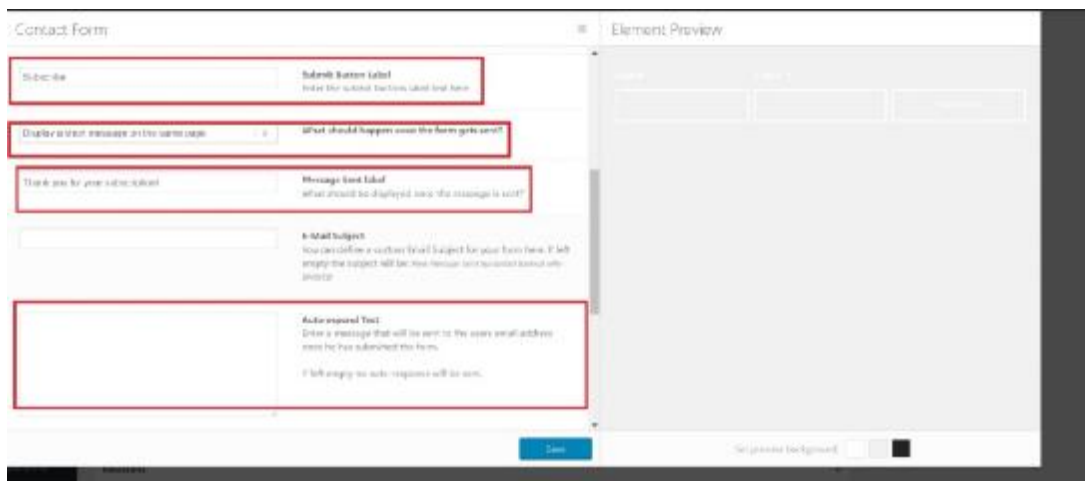
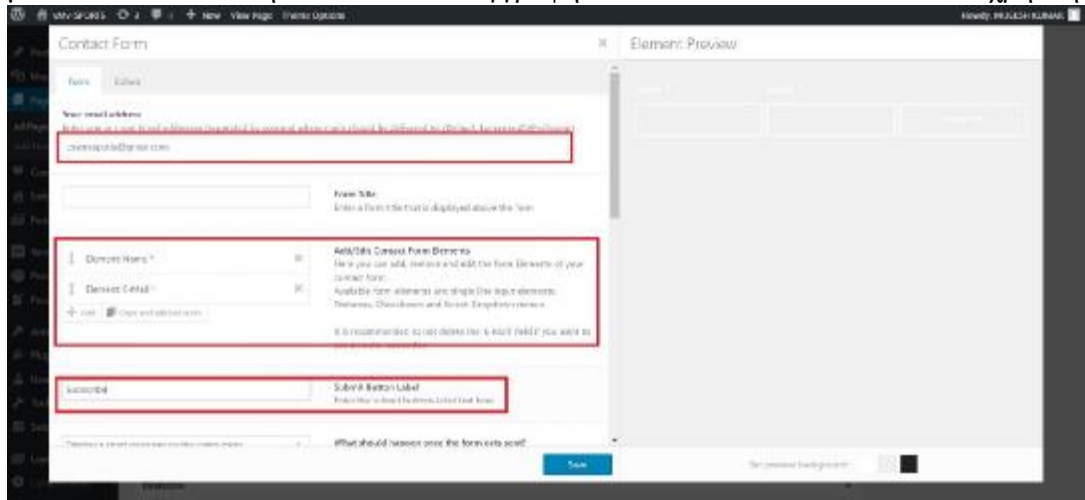


4. Σέρνουμε το SpecialHeading και το τοποθετούμε μέσα στο ColorSection.
Ως τίτλο γράφουμε **Subscribe to vMv-SPORTS**
 Sign up now to get exclusive product updates and information ! Στο Heading Type επιλέγουμε το H3, στο Heading Style επιλέγουμε Heading Style Modern (centered). Στο Heading Size Βάζουμε 30, στο Subheading επιλέγουμε το No Subheading και στο Padding Bottom βάζουμε 10. Ως χρώμα επιλέγουμε το άσπρο. Πατάμε Save.

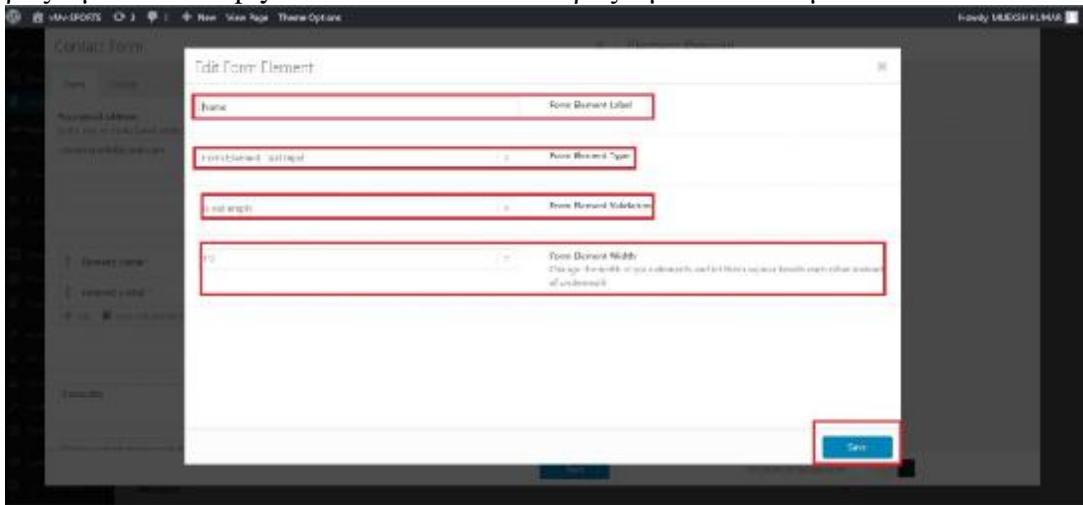


5. Σέρνουμε το ContactForm και το τοποθετούμε στο ColorSection.

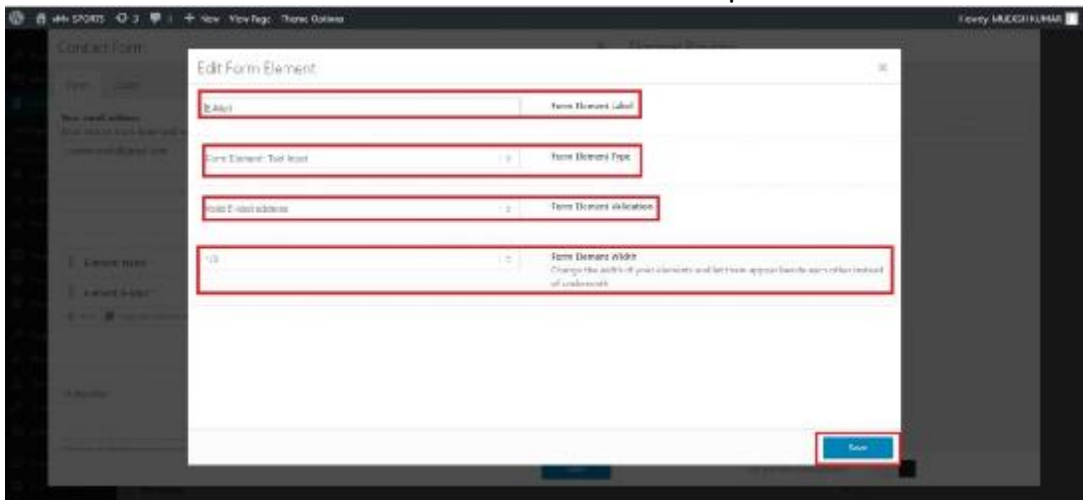
6. Κάνουμε επεξεργασία το ContactForm και στο Youremailaddress βάζουμε το e-mail που θα λαμβάνουμε τα αιτήματα της εγγραφής. Στο Add/EditContactFormElements πατώντας το Add προσθέτουμε 2 στοιχεία στην φόρμα με όνομα Name και E-mail. Στο SubmitBottomLabel γράφουμε Subscribe. Στο WhatShouldhappenonceetheformgets sent επιλέγουμε Displayashortmessage... Στο MessageSentlabel γράφουμε την πρόταση που θέλουμε να εμφανιστεί όταν ο χρήστης κάνει εγγραφή. Στο AutorespondText γράφουμε το μήνυμα που θα σταλθεί αμέσως μετά την εγγραφή του χρήστη.



7. Στο στοιχείο Name Element Type βάζουμε Text Input, στο Element validation βάζουμε Is not empty και στο Element Width βάζουμε 1/3. Πατάμε Save.



8. Το στοιχείο E-mail θα έχει τις ίδιες ρυθμίσεις με το στοιχείο Name εκτός από το Element Validation που θα είναι valide-mailaddress. Πατάμε Save.



WOOCOMMERCE SETTINGS

ü Για το General(γενικές ρυθμίσεις)

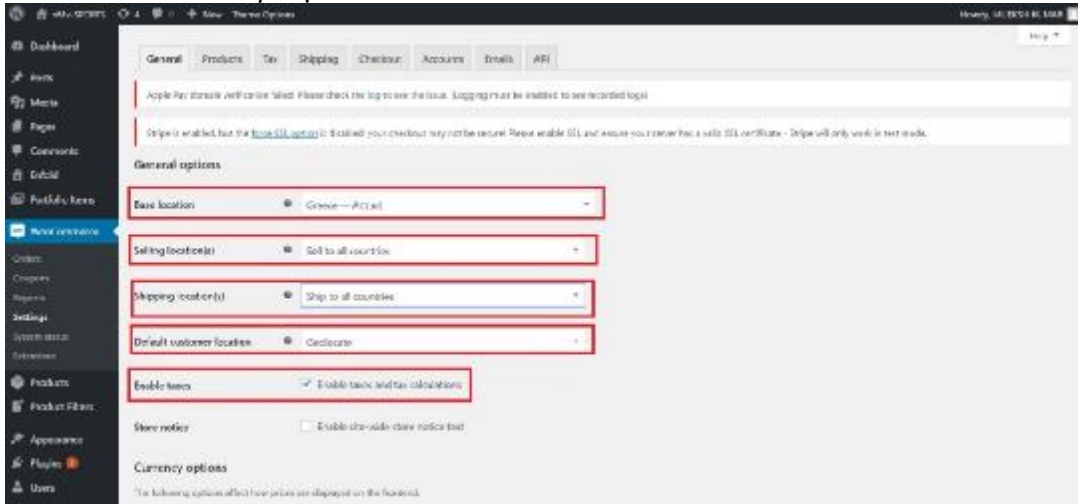
1. Base location: Greece-Αττική

Selling location: Sell to all countries

Shipping location: Ship to all countries

Default customer location: Geolocate

Enable taxes: Κλικάρουμετο Enable taxes and tax calculations



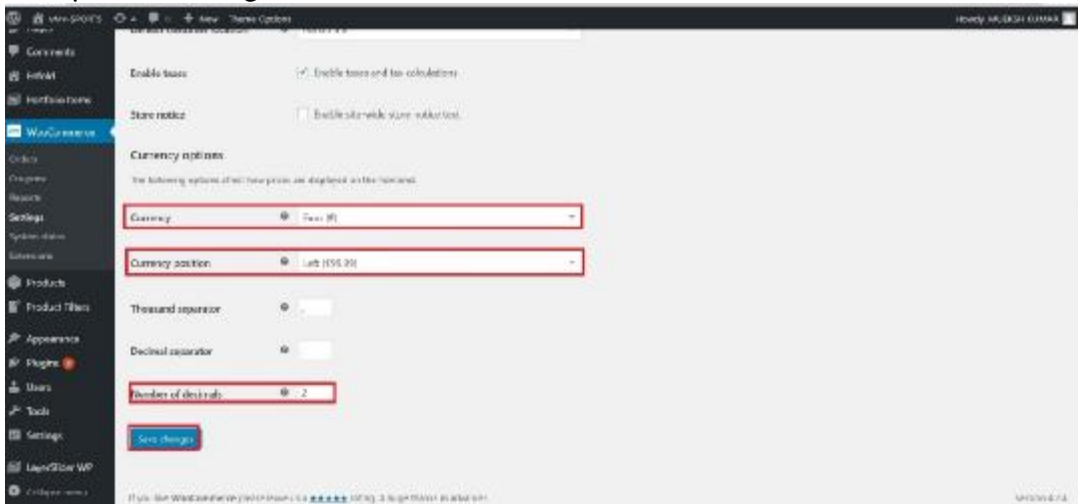
ü Επιλογήνομίσματος

Currency: Euro (€)

Currency position: left (€99.99)

Number of decimals: 2

Πατάμε Save Changes



ü Tax

Prices entered with tax: No, I will enter prices exclusive of tax.

Calculate tax based on: Customer shipping address

Shipping tax class: Standard

Display prices during cart and checkout: Including tax

Price display suffix: N/A

Display tax totals: Itemized

Πατάμε Save Changes

The screenshot shows the 'Tax' settings page in the Magento 2 Admin Panel. The left sidebar contains navigation options like Media, Pages, Comments, and Product Categories. The main content area is titled 'Tax' and includes the following settings:

- Prices entered with tax:** Radio buttons for 'Yes, I will enter prices inclusive of tax' and 'No, I will enter prices exclusive of tax'. The 'No' option is selected.
- Calculate tax based on:** A dropdown menu set to 'Customer shipping address'.
- Shipping tax class:** A dropdown menu set to 'Standard'.
- Rounding:** A checkbox for 'Round tax at subtotal level, instead of rounding per line' is unchecked.
- Additional fee classes:** A list of 'Reduced Rate' and 'Zero Rate'.
- Display prices in the shop:** A dropdown menu set to 'Excluding tax'.
- Display prices during cart and checkout:** A dropdown menu set to 'Including tax'.
- Price display suffix:** A text input field containing 'N/A'.
- Display tax totals:** A dropdown menu set to 'Itemized'.

A 'Save changes' button is located at the bottom left of the settings area.

Ü Shipping(Αποστολή)

Κάνουμε κλικ στο Addshippingzone και μετά γράφουμε

zone name: LOCAL

zone regions: Greece

Στο shipping methods βάζουμε

Flat rate=cost: 5

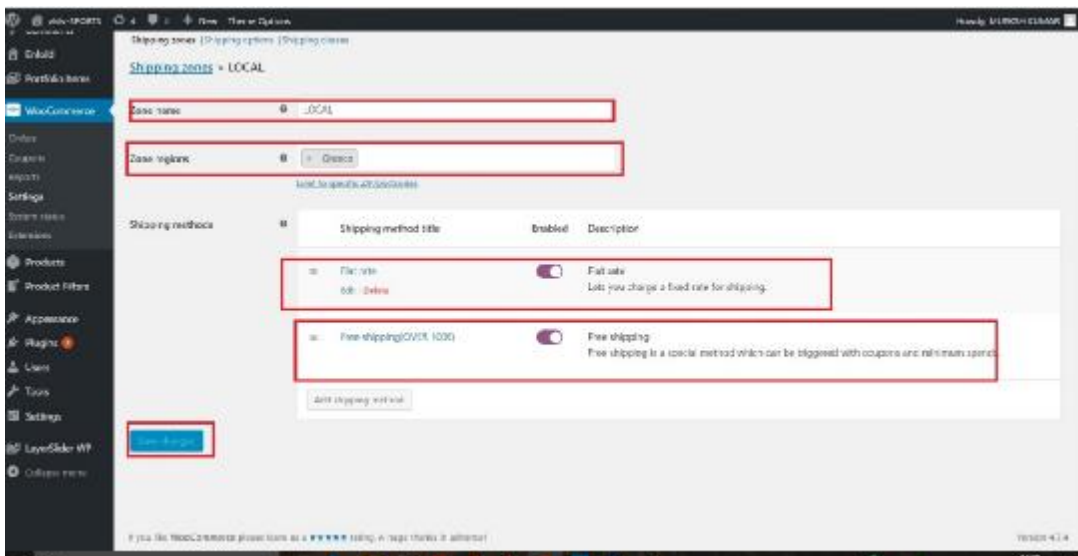
Tax status: name

Free shipping= free shipping requires: A minimum order amount

Minimum order amount: 100

Πατάμε Save Changes.

Με τον ίδιο τρόπο κάνουμε την ζώνη Europe και RestoftheWorld

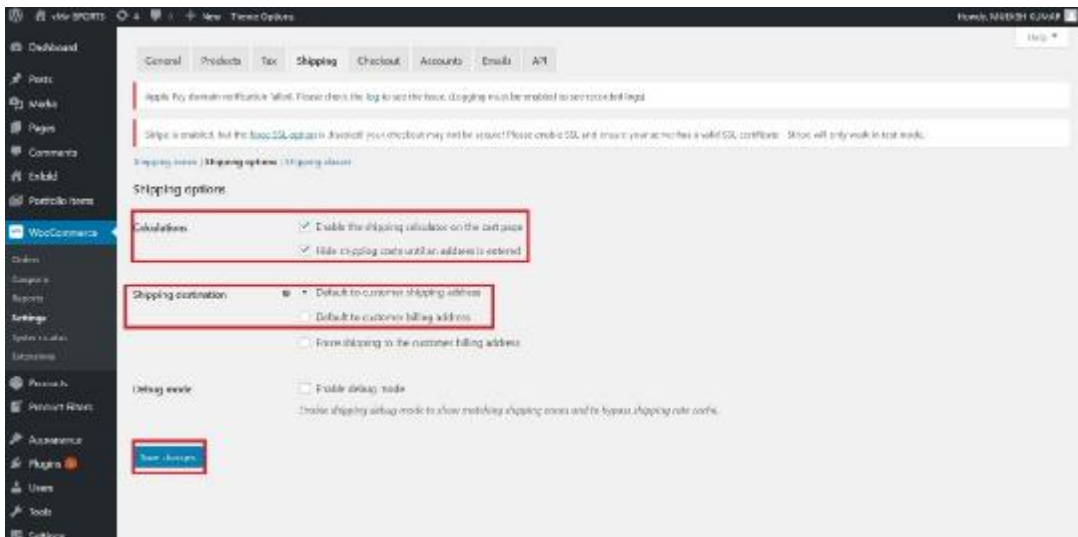


Shipping Options

Calculations: Κλικστο Enable the shipping calculator on the page.

Κλικστο Hide shipping costs until an address is entered.

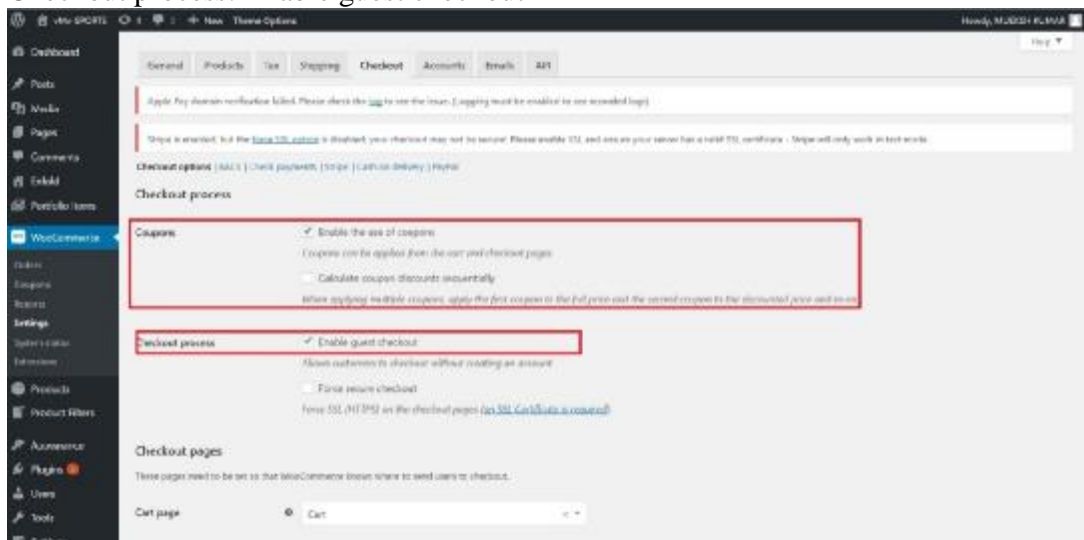
Shipping destination: Default to customer shipping address. Πατάμε Save Changes.



CHECKOUT (ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ)

1. Coupons: Enable the use of coupons

Checkout process: Enable guest checkout



2. Κάνουμε κλικ στο Stripe

Title: Credit card

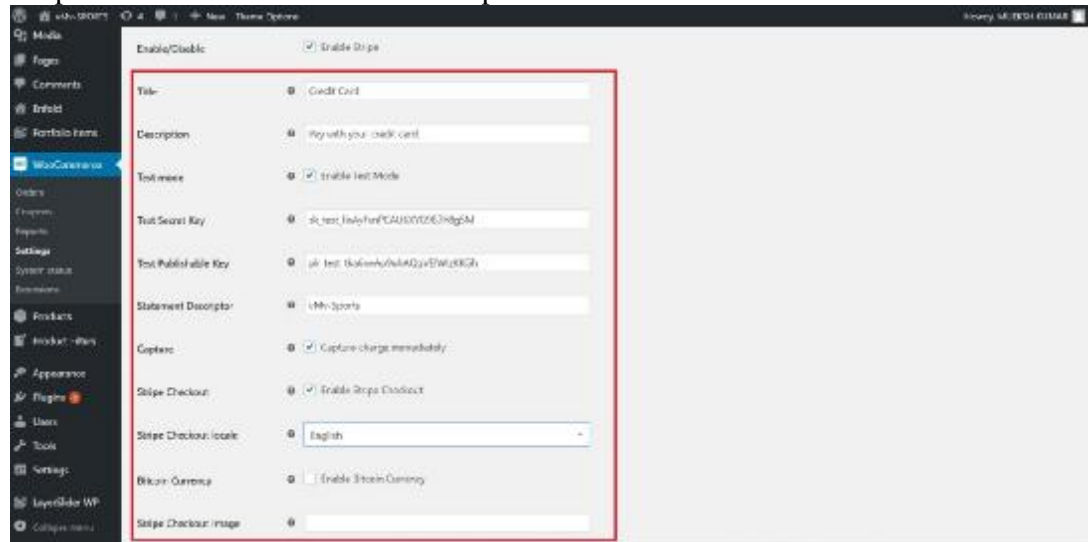
Description: Pay with your credit card

Test mode: Κλικ στο Enable Test Mode

Test secret key: sk (ταπήραμε από το Stripe Account)

Test Publishable key: pk ... (ταπήραμε από το Stripe Account)

Stripe Checkout: Κλικ στο Enable Stripe Checkout



3. Κάνουμε κλικ στο Enable PayPal Standard

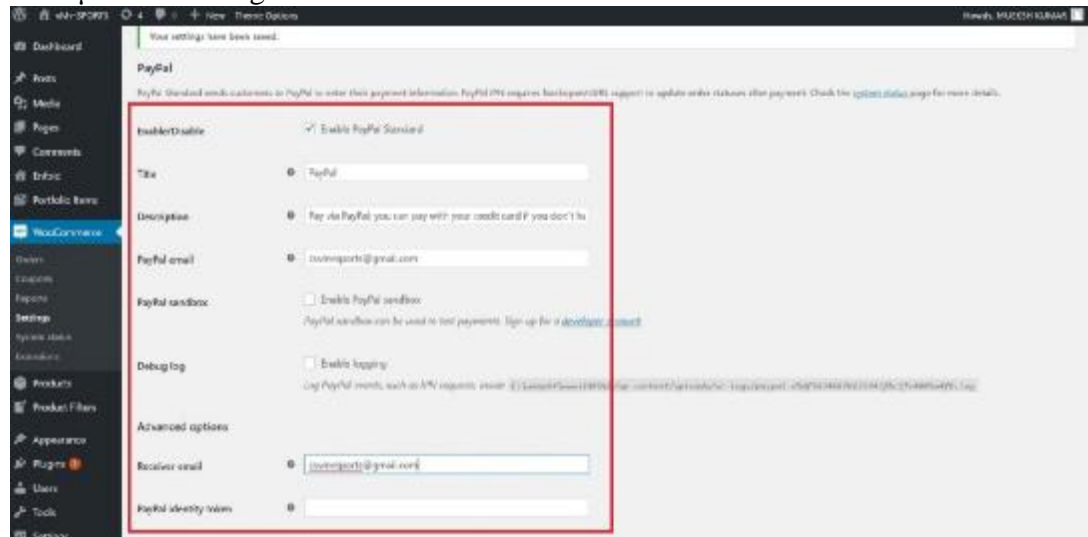
Title: PayPal

Description: Pay via PayPal....

PayPal email: csvmvsports@gmail.com

Receiver email: csvmvsports@gmail.com

Πατάμε Save Changes.



4. Account pages

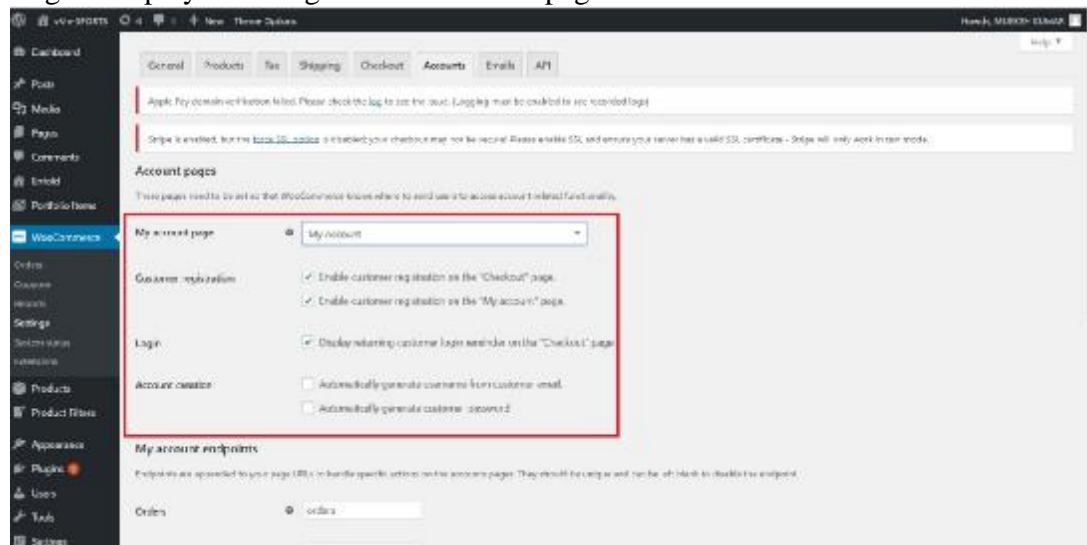
My account page: My Account

Customer registration: Κλικστο Enable customer registration on the “checkout” page.

: Κλικστο Enable customer registration on the “ My account”

page.

Login: Display returning.....” Checkout” page

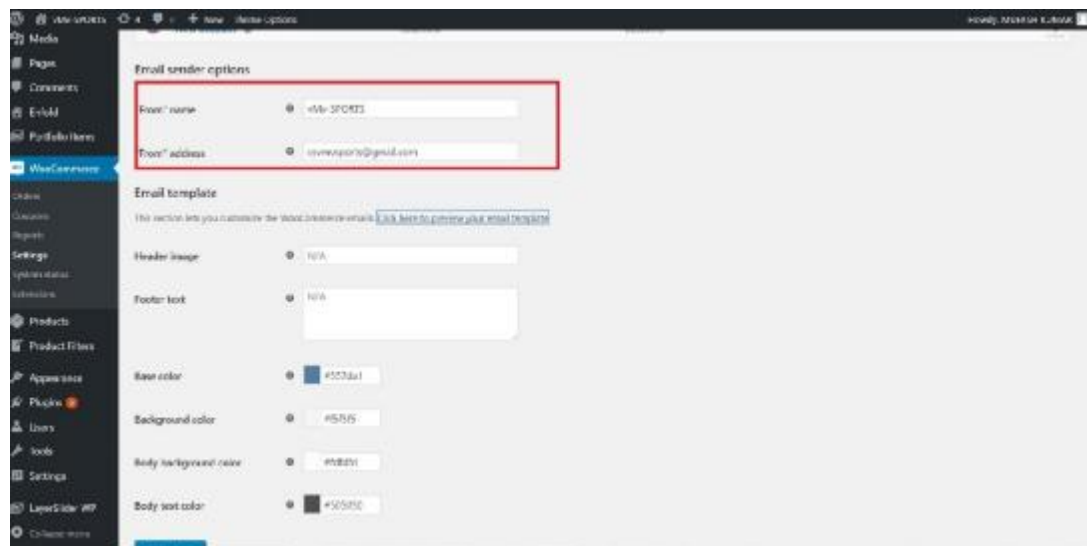


5. Email

From name: vMv – SPORTS

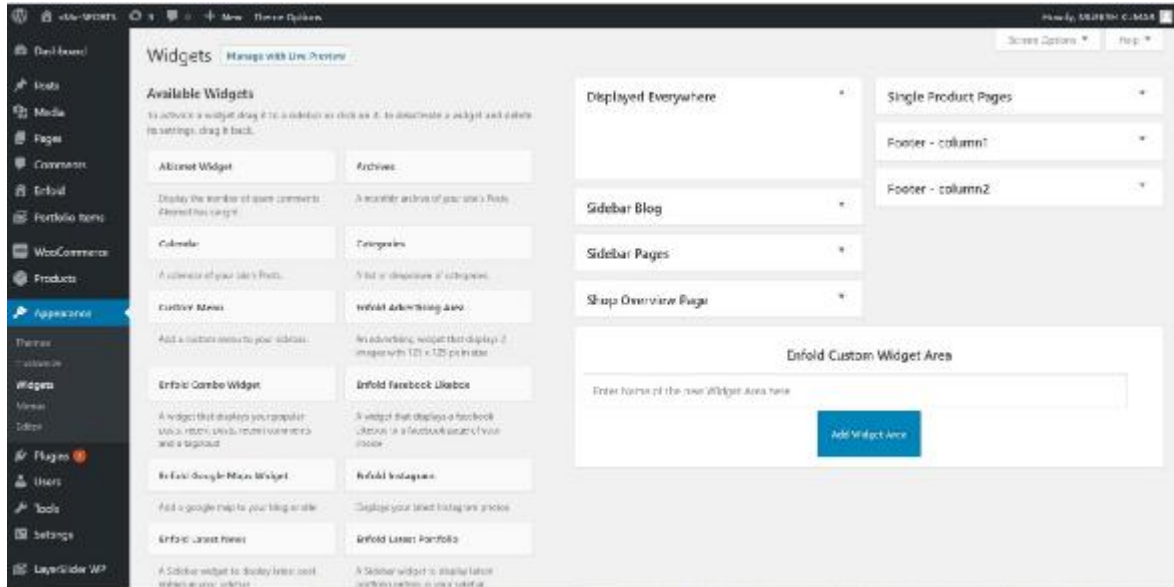
From address: csvmvsports@gmail.com

Πατάμε Save Changes.

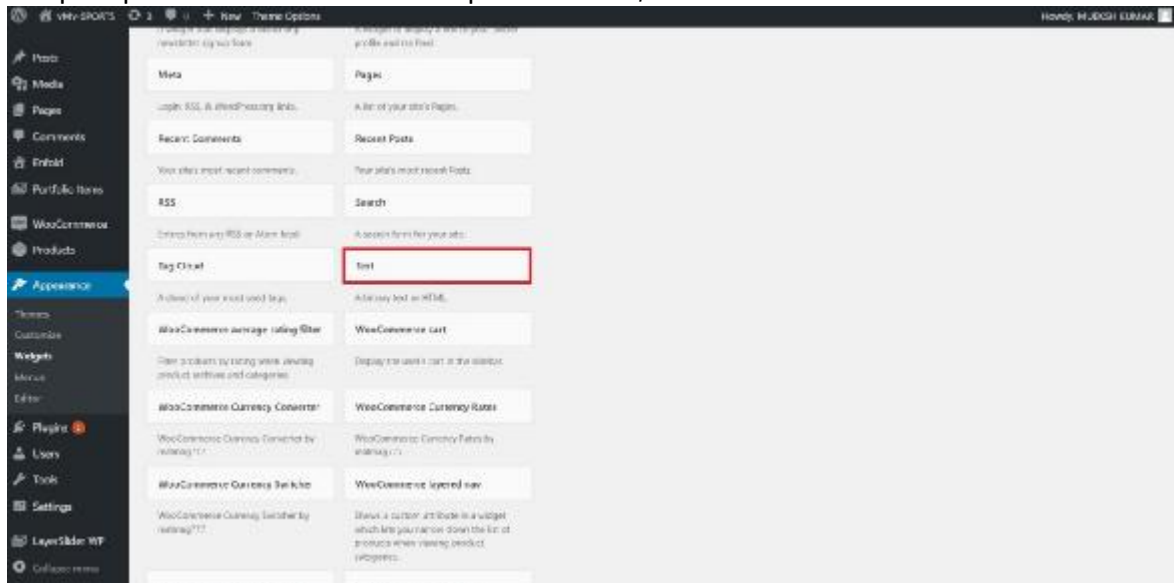


Μικροεφαρμογές (widgets)

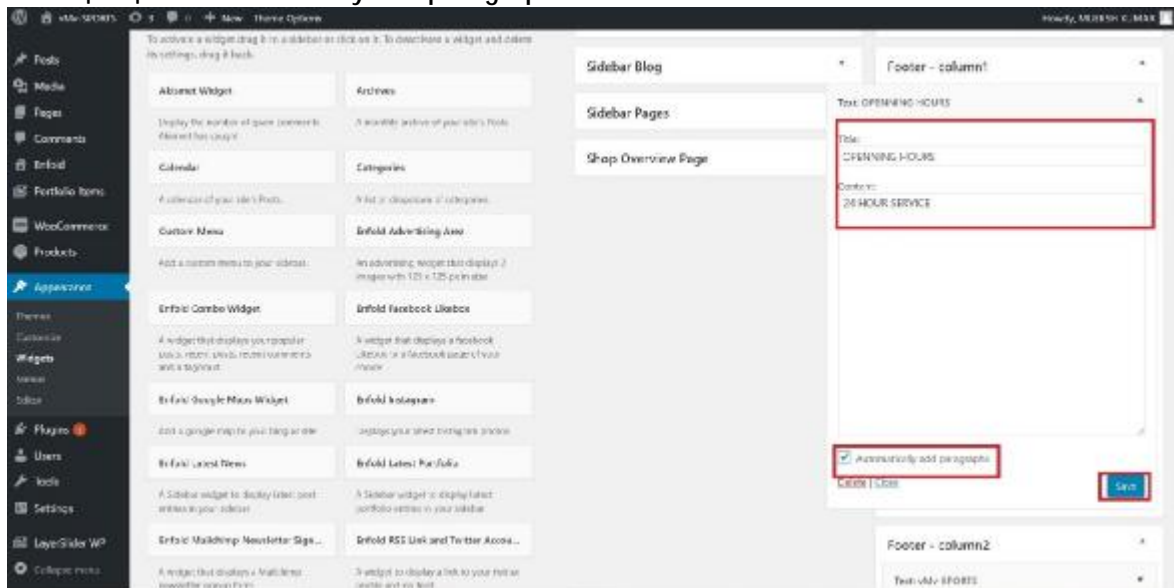
1. Αυτή είναι η σελίδα στην οποία βρίσκονται όλες οι μικροεφαρμογές.



2. Σέρνουμε το text και το τοποθετούμε στο footer, column1.

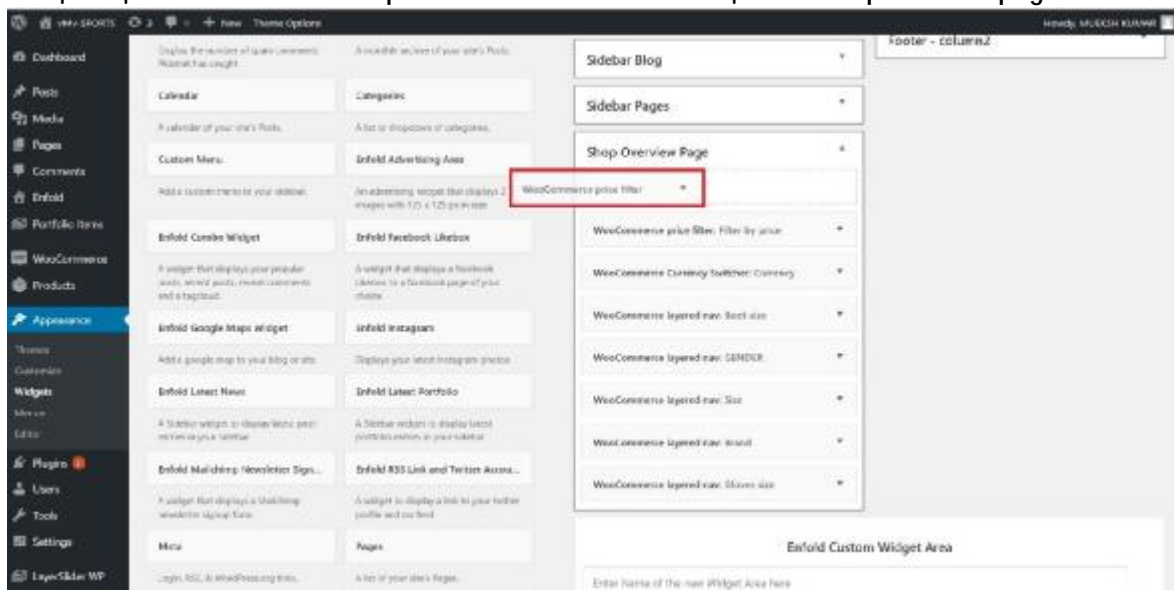


3. Βάζουμε ως τίτλο το openinghours και ως content το 24 hourservice.
 Τσεκάρουμε το automatically add paragraphs και save.

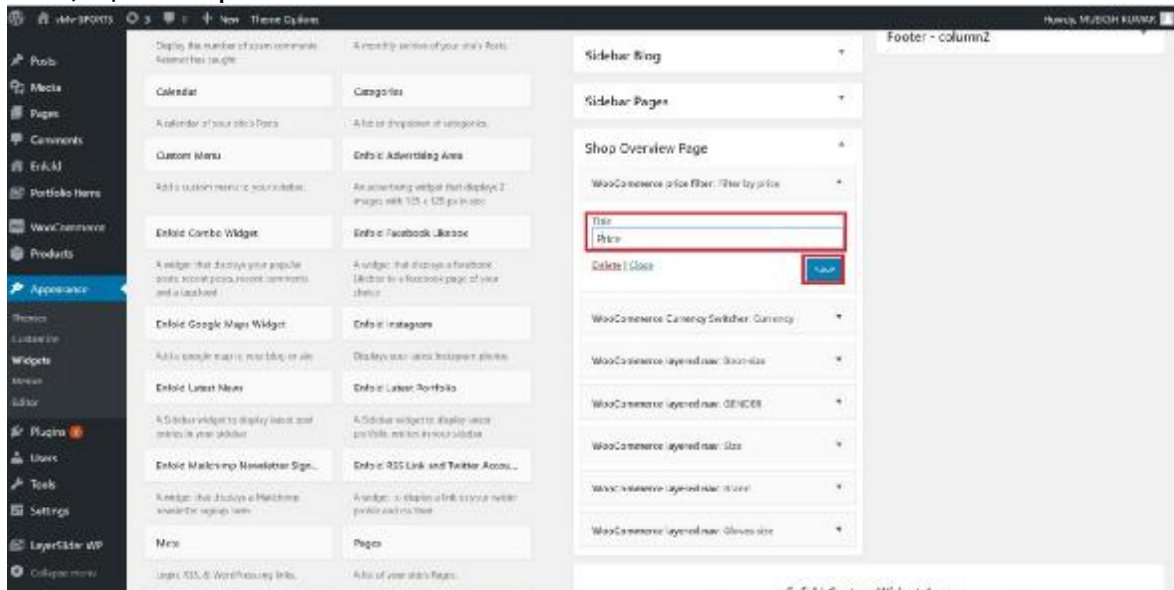


Φίλτρα

4. Σερνούμε το woocommercepricefilter και το τοποθετούμε στο shopoverviewpage.



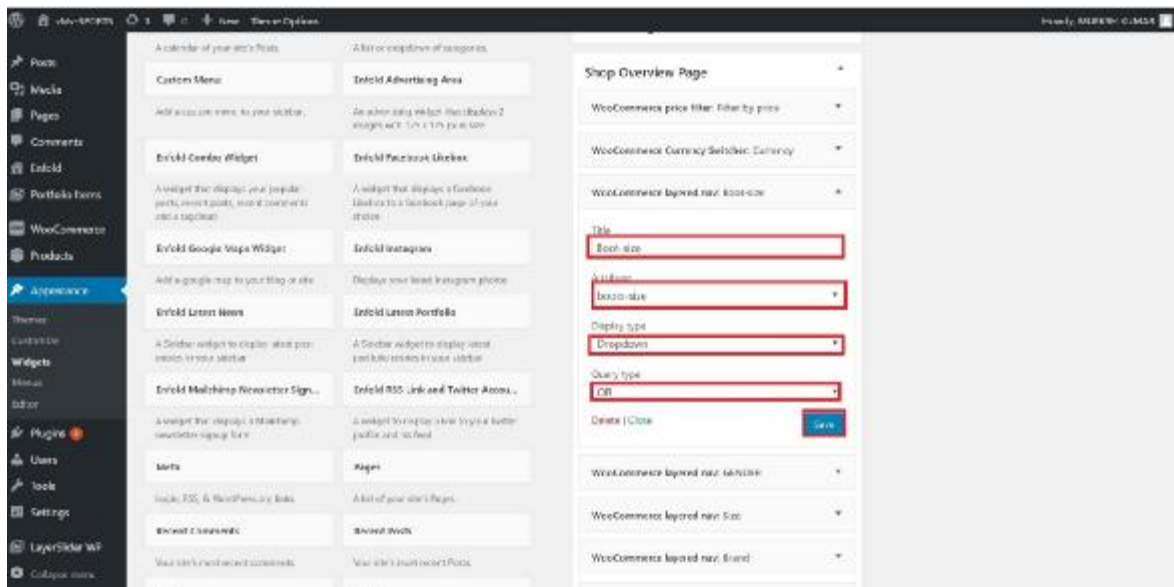
5. Βάζουμε τίτλο price και save.



6. Επιλέγουμε woocommerce_layerednav

Το τοποθετούμε στο shop_ονομα_εν_τιμωρα και συμπληρώνουμε τα στοιχεία, διαλέγουμε τα attributes που θέλουμε να εμφανιστούν ως φίλτρο.

Και save.



ΚΟΥΠΟΝΙΑ

1. WooCommerce μετά coupon και μετά Add New Coupon

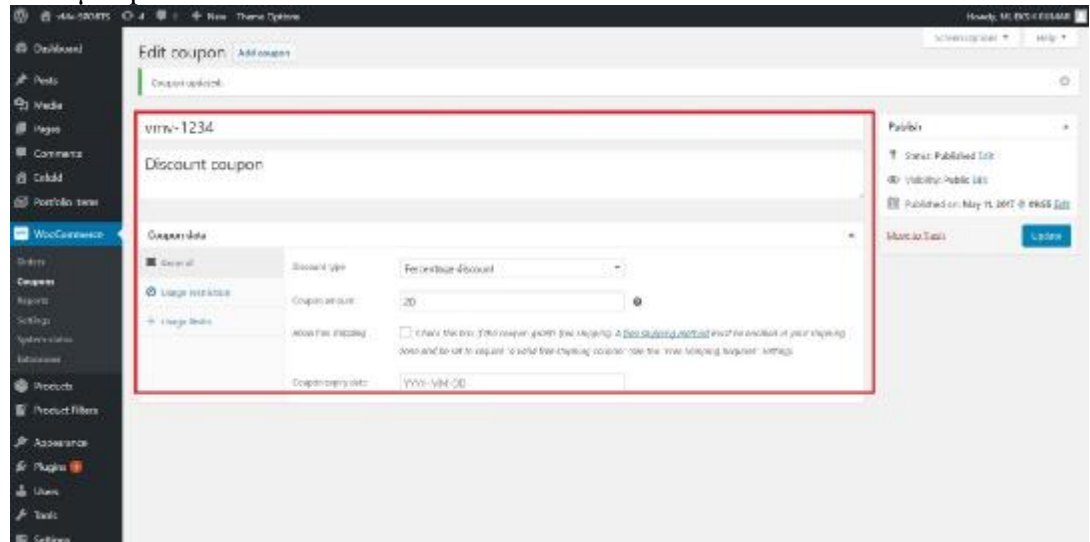
Name: vmv-1234

Description: Discount coupon

Discount type: Percentage discount

Coupon amount: 20

Πατάμε Update.

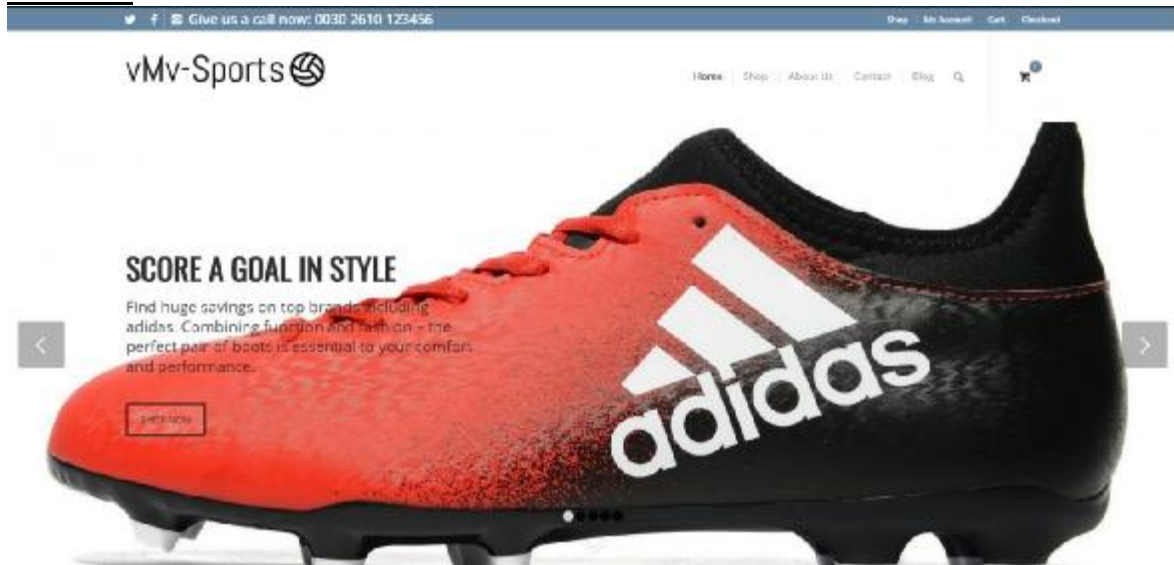


Κεφάλαιο 8 – Παρουσίαση καταστήματος

8.1 Περιήγηση στο κατάστημα μας

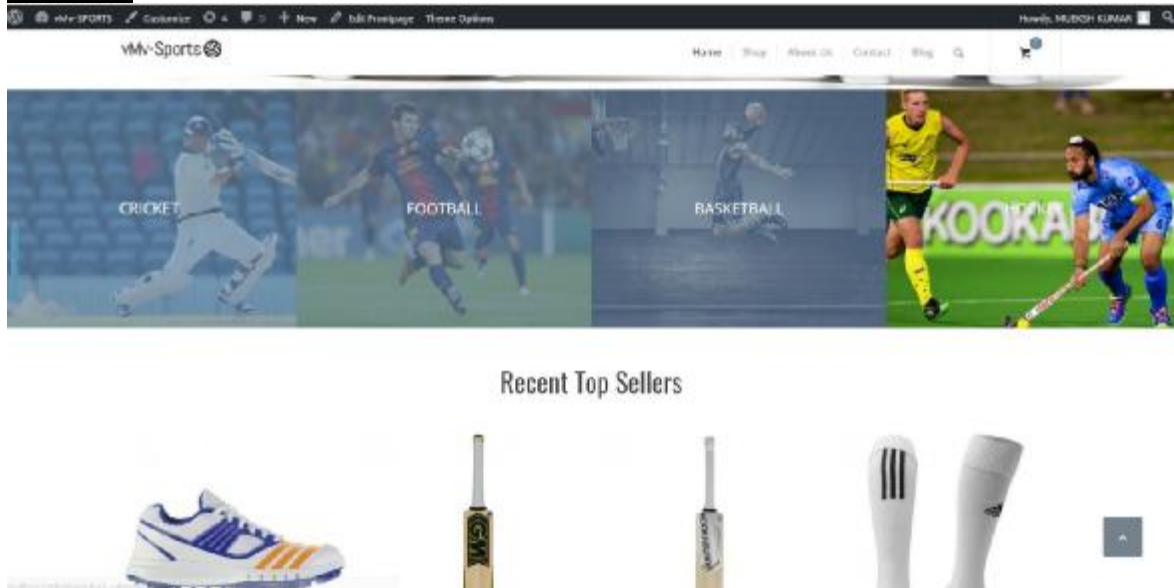
Ο κάθε χρήστης πληκτρολογώντας το κατάστημα μας, βλέπει με μία πρώτη ματιά την αρχική σελίδα. Αναλυτικότερα βλέπει τα slides τα οποία είναι φωτογραφίες και υπερσύνδεσμοι όπου τον μεταφέρουν στα προϊόντα που προσφέρουμε.

Εικόνα 1.



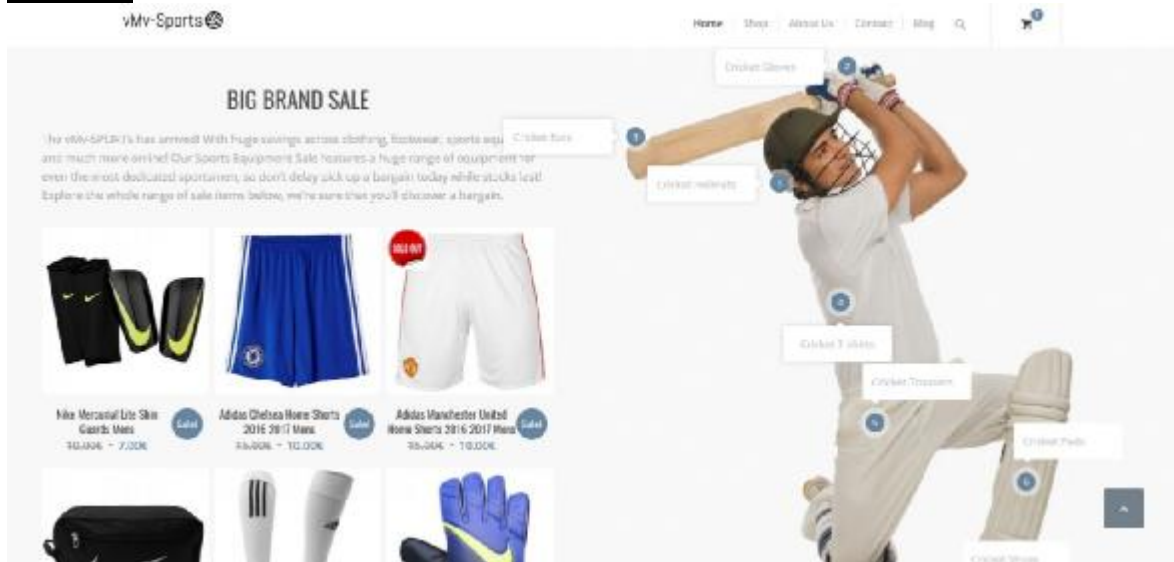
Παρακάτω, ο χρήστης μπορεί να δει κατηγορίες των προϊόντων ανά άθλημα. Οι οποίες είναι και αυτές φωτογραφίες και υπερσύνδεσμοι. Επίσης, εμφανίζονται τα πιο διάσημα προϊόντα του καταστήματος μας.

Εικόνα 2.



Συνεχίζεται με τις μεγάλες προσφορές και τα οικονομικότερα προϊόντα.

Εικόνα 3.



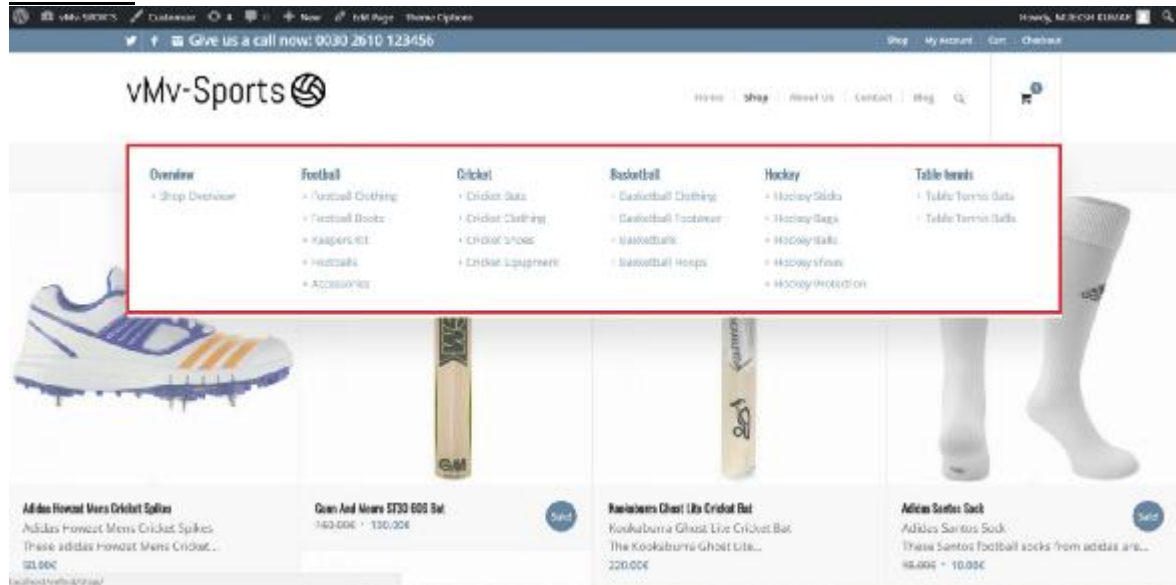
Και τέλος της αρχικής σελίδας, εμφανίζονται οι υπηρεσίες του καταστήματος μας. Καθώς υπάρχει και φόρμα εγγραφής ώστε οι πελάτες να ενημερώνονται για τις προσφορές.

Εικόνα 4.



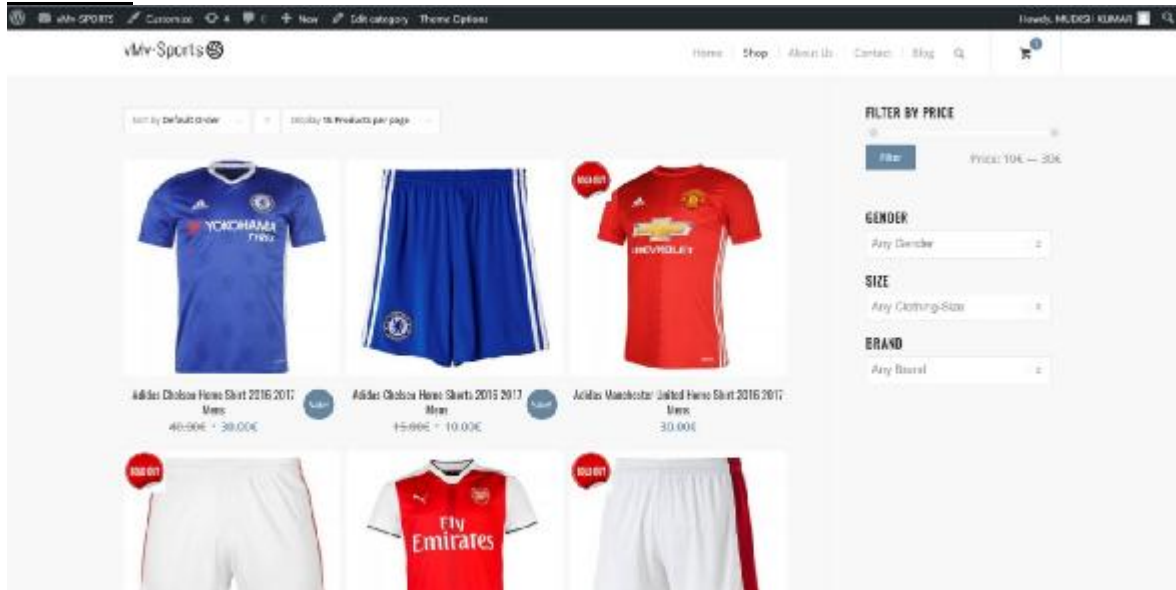
Στο μενού ,στην σελίδαShops αν ακουμπήσει ο χρήστης το ποντίκι , εμφανίζονται όλες οι κατηγορίες και υποκατηγορίες των προϊόντων μας.

Εικόνα 5.

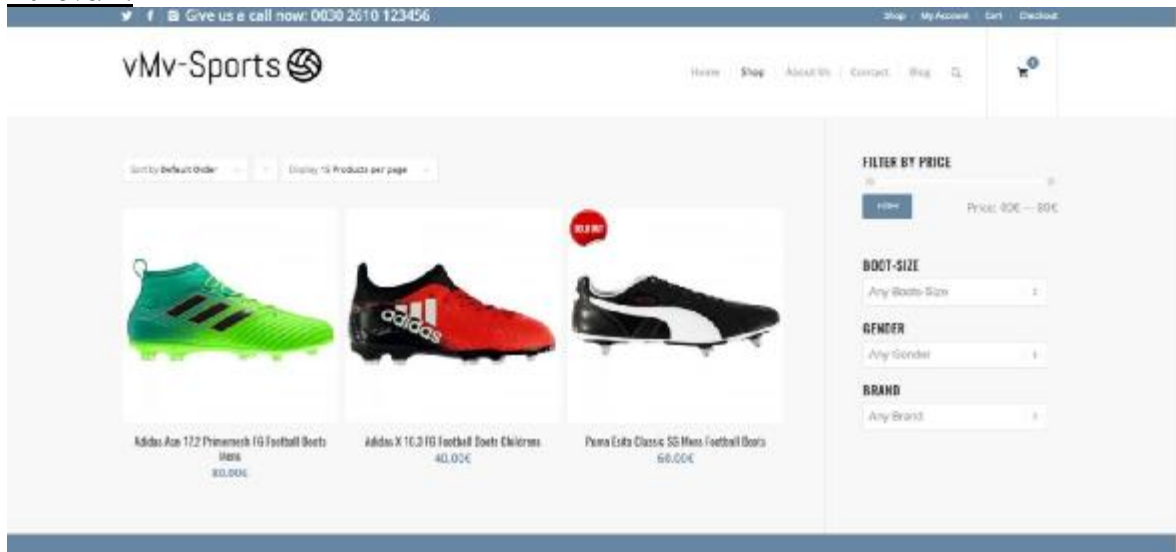


Εδώ βλέπουμε τα προϊόντα του καταστήματος.

Εικόνα 6.



Εικόνα 7.

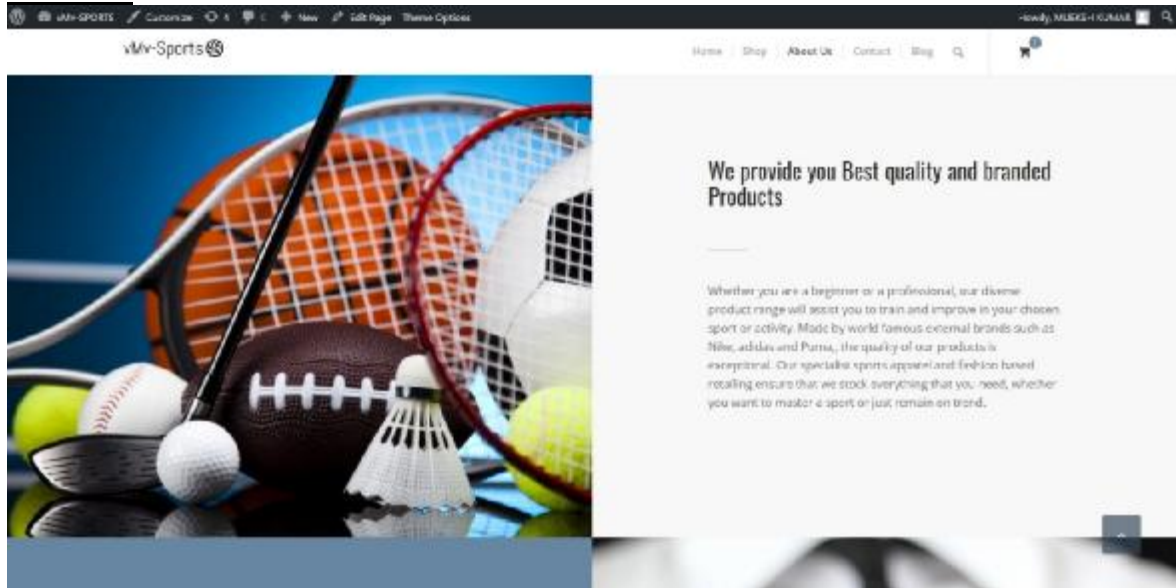


Σελίδα **About us** (σχετικά με εμάς)

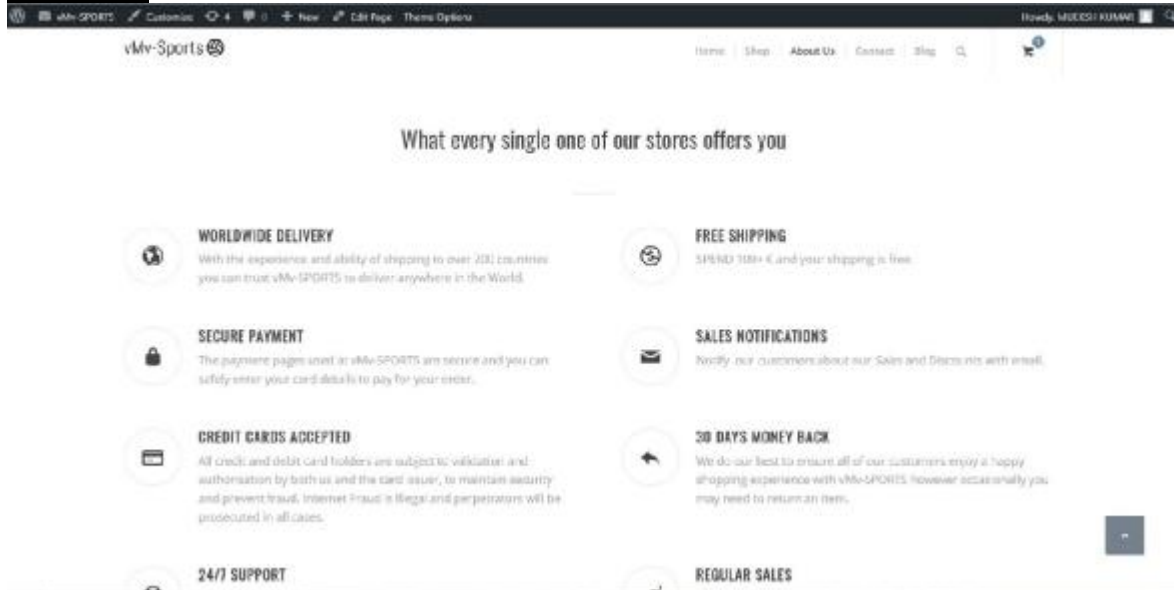
Εικόνα 8.



Εικόνα 9.



Εικόνα 10.

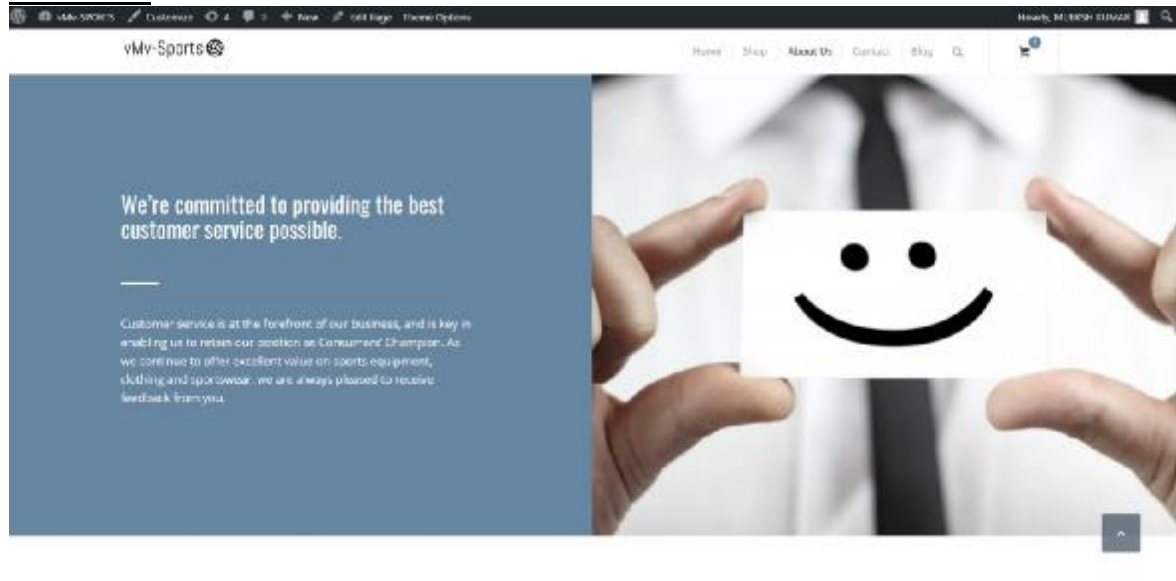


Εικόνα 11.

Φόρμα εγγραφής χρήστη και πληροφορίες σχετικά με το κατάστημα.

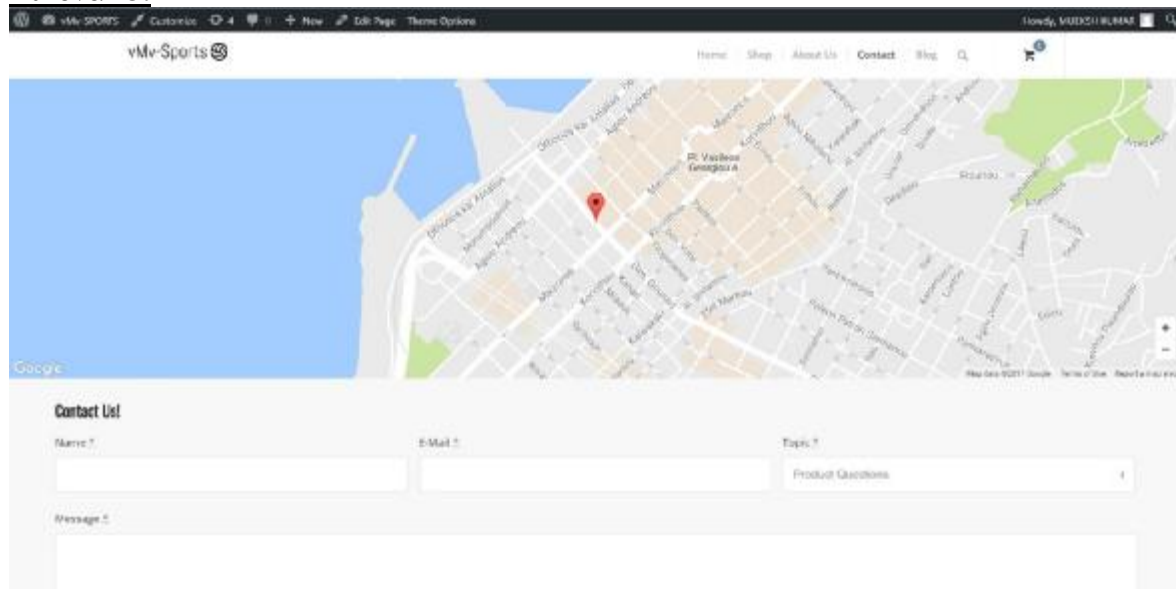


Εικόνα 12.



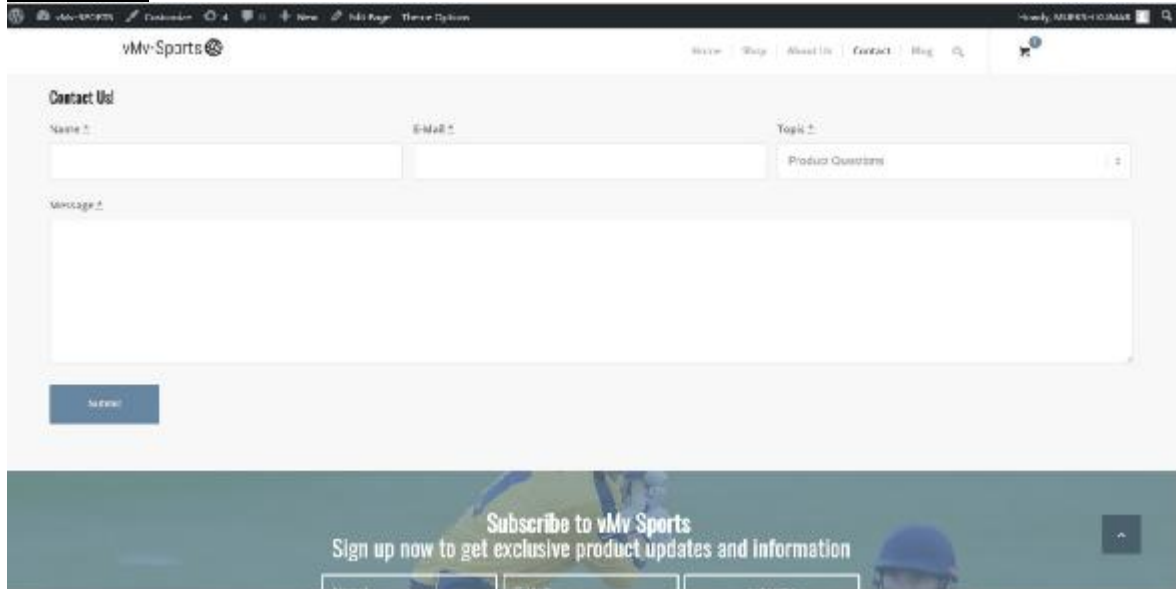
Παρακάτω στην σελίδα contact υπάρχει ο χάρτης τοποθεσίας καταστήματος .

Εικόνα 13.



Εδώ στην εικόνα 14 εμφανίζεται η φόρμα επικοινωνίας.

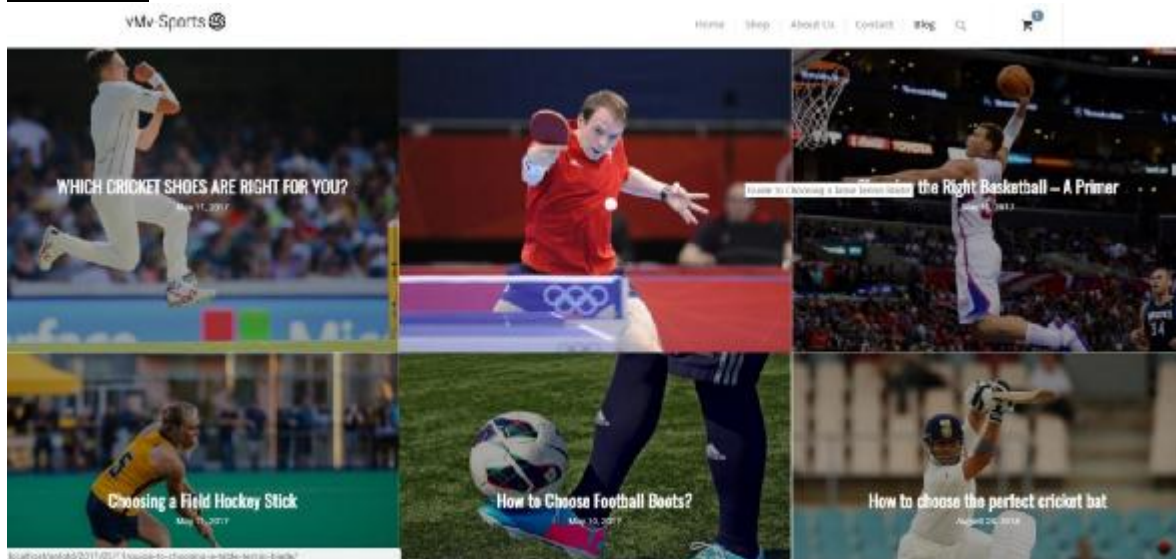
Εικόνα 14.



Στη σελίδα blog υπάρχουν φωτογραφίες υπερσύνδεσμοι που μεταφέρουν τον χρήστη στο σχετικό άρθρο.

Blog.

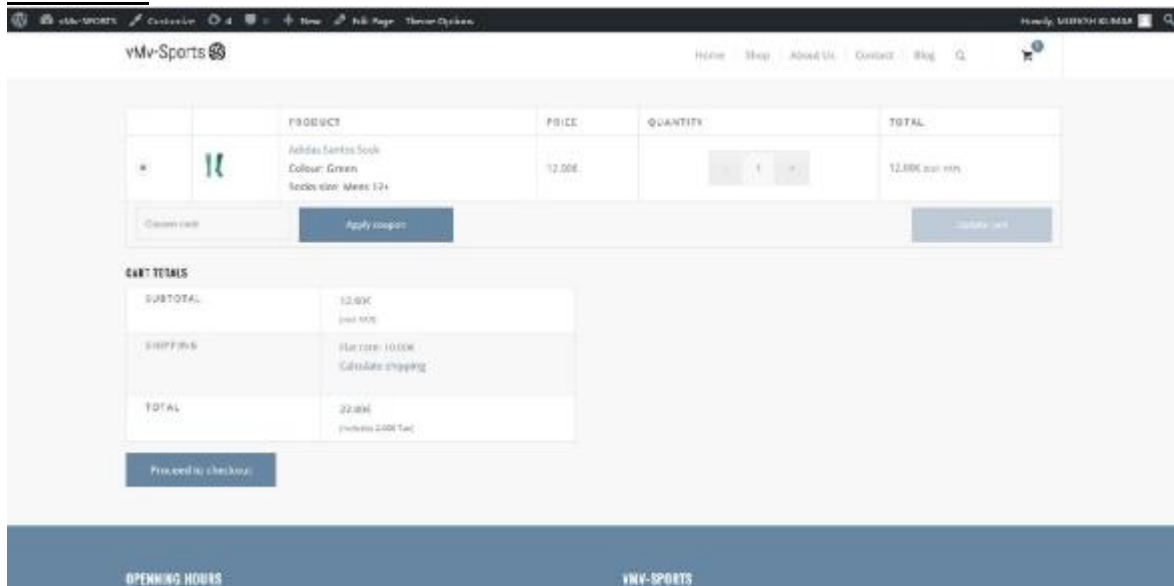
Εικόνα 15.



Άρθρο.
Εικόνα 16.



Καλάθι αγορών.
Εικόνα 17.



Φόρμα παραγγελίας.

Εικόνα 18.

The screenshot shows the 'Billing details' section of the vMv-Sports checkout process. The form includes the following fields:

- First name: ALIYAH
- Last name: KJASDF
- Company name: (empty)
- Country: United Kingdom (UK)
- Address: 23 DUNCAN WAY
- Apartment, suite, unit or optional: (empty)
- Town / City: LONDON
- Country: (empty)
- Postcode: W6 0LZ
- Phone: (empty)
- Email address: (empty)

On the right side, there is a section titled 'Do you have a gift?' with a sub-section 'Order notes' containing a text area for additional comments.

Εικόνα 19.

The screenshot shows the 'Your order' summary and payment options section of the vMv-Sports checkout process.

| PRODUCT | TOTAL |
|--|-----------------------------|
| Adidas Soccer Socks x 1 Colour: Green Socks size: Mens 12+ | 12.00€ (incl. vat) |
| SUBTOTAL | 12.00€ (incl. vat) |
| SHIPPING | Flat rate: 10.00€ |
| TOTAL | 22.00€ (incl. vat, 2000 M€) |

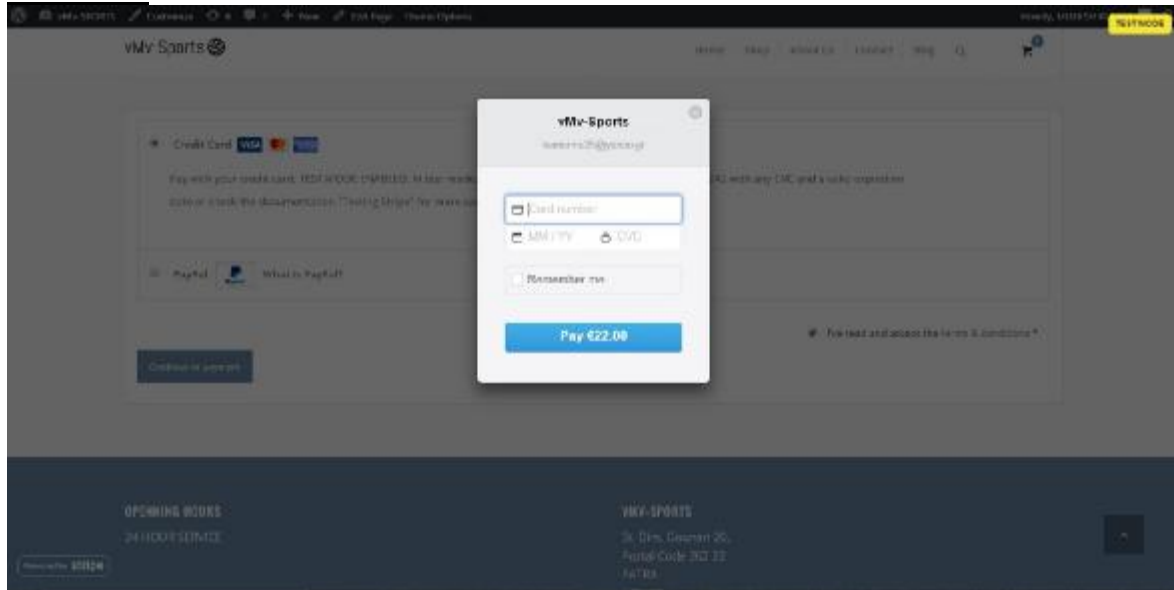
Below the table, there are two payment options:

- Credit Card** (VISA, Mastercard, AMEX icons): Pay with your credit card. TEST MODE ENABLED. In test mode, you can use the card number 4242424242424242 with any CVC and a valid expiration date or check the documentation "Testing Stripe" for more card numbers.
- PayPal** (PayPal icon): What is PayPal?

At the bottom right, there is a checkbox for 'I've read and accept the terms & conditions.' and a 'Continue to review' button.

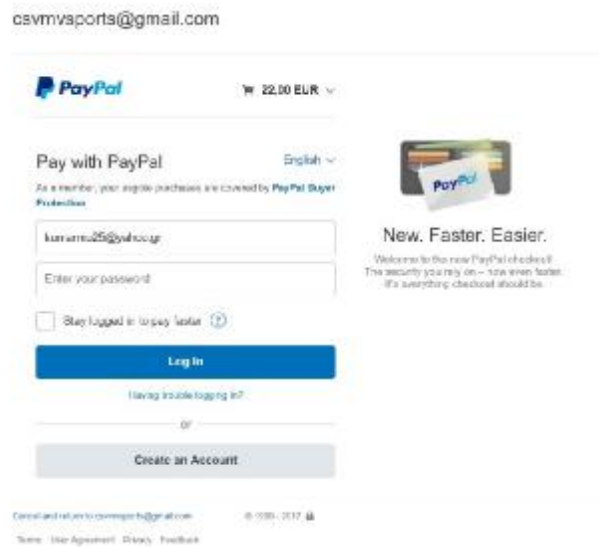
Πληρωμή με κάρτα.

Εικόνα 20.



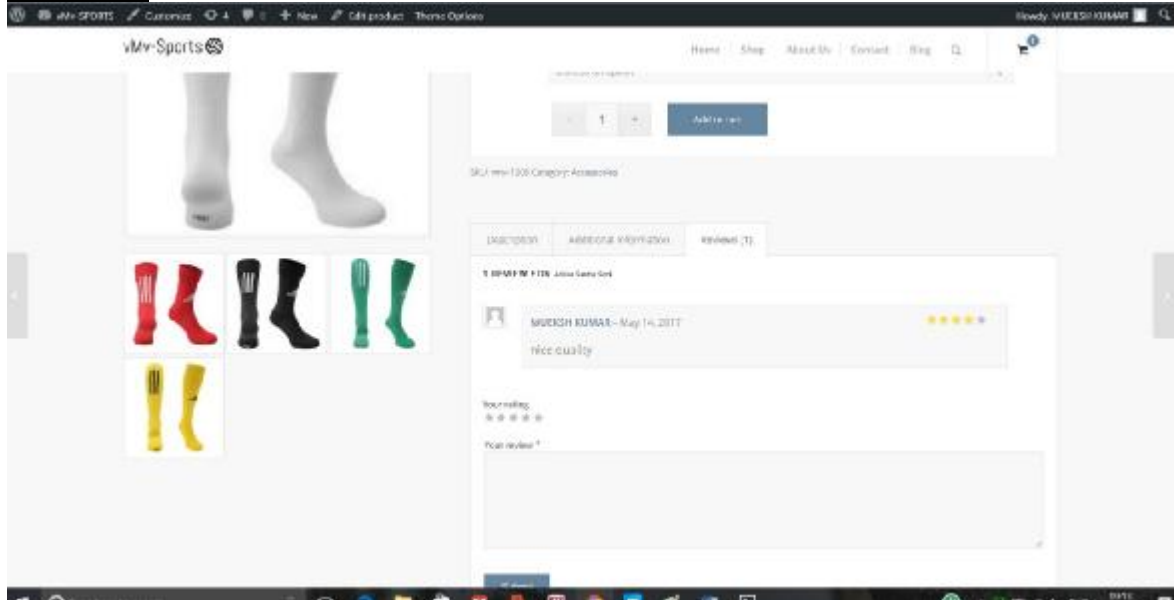
PayPal

Εικόνα 21.



Σχόλια πελατών για κάθε προϊόν.

Εικόνα 22.



8.2 Προβλήματα κατά την δημιουργία του καταστήματος.

Πρόβλημα 1

Στην σελίδα Shopsυπήρχε πρόβλημα, δεν μας έδινε την δυνατότητα να επεξεργαστούμε την σελίδα. Λόγω ότι ήταν προεπιλεγμένη σελίδα από το woocommerce .Γιαυτό προσθέσαμε ένα κομμάτι κώδικα στο σημείο :Appearance ->editor ->themefunctions.

```
add_theme_support( 'avia_custom_shop_page' );
```

Πρόβλημα 2

Στο check out για να εμφανίζεται πληρωμή με credit card ,έπρεπε να κατεβάσουμε το plugin **WooCommerce Stripe Gateway** και να φτιάξουμε λογαριασμό stripe account και να πάρουμε test secret key και published key εφόσον είναι στο test mode και όχι live. Το βάλουμε στις ρυθμίσεις που ζητούσε.

Πρόβλημα 3

Το googlemarδεν εμφανιζόταν στην σελίδα contact .Για την λύση του προβλήματος , προσθέσαμε ένα κομμάτι κώδικα στο functions- enfold.php

```
<?php
    }
}

register_widget( 'avia_mailchimp_widget' );
function ava_googlemaps_apikey() {
    $prefix = is_ssl() ? "https" : "http";
    wp_deregister_script('avia-google-maps-api');
    wp_register_script(
        'avia-google-maps-api',
    $prefix.'://maps.google.com/maps/api/js?key=AIzaSyAidX34J-pkIHmOUFdVrt05MpzDHz-
    VZUk', array('jquery'), '3', true);
    wp_enqueue_script('avia-google-maps-api');
}
add_action('init', 'ava_googlemaps_apikey');
}
```

8.3 Μεταφορά του WordPress site, από το wamp στον Server

1. Εξάγουμε την Βάση Δεδομένων, μέσω του **phpMyAdmin** του wamp.
2. Ανοίγουμε το SQL αρχείο, προς επεξεργασία, σ' έναν editor. Στόχος μας είναι η αντικατάσταση όλων των δηλώσεων **localhost/enfold** με την δήλωση <http://www.mydomain.gr> .
3. **Επεξεργασία** > **Αντικατάσταση** > Στο πεδίο **Εύρεση** εισάγουμε την δήλωση localhost/enford και στο πεδίο Αντικατάσταση με) την δήλωση <http://www.mydomain.gr> > Κάντε κλικ στο κουμπί **Αντικατάσταση όλων** > Αποθηκεύουμε το αρχείο.
4. Συνδέουμε στο **Control Panel** του Server που φιλοξενεί, δημιουργούμε μια νέα Βάση δεδομένων και κάνουμε **Εισαγωγή** το SQL αρχείο.
5. Συνδεόμαστε μέσω **FTP** και ανεβάζουμε όλα τα αρχεία του WordPress site στην αντίστοιχη θέση του server.
6. Ανοίγουμε το αρχείο **wp-config.php** προς επεξεργασία και αλλάζουμε το όνομα της Βάσης, το όνομα χρήστη, κωδικό, και το **MySQL Host**. Αποθηκεύουμε το αρχείο και ανεβάζουμε στον server.

Συμπεράσματα

Το συμπέρασμά μας κατά την συγγραφή του θεωρητικού μέρους της πτυχιακής μας εργασίας είναι ότι λάβαμε γνώσεις που αφορούν θέματα του Παγκόσμιου Ιστού, του Δικτύου, του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, της Ασφάλειας του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου ,τους κινδύνους του διαδικτύου, την εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς και των γλωσσών προγραμματισμού.

Σημαντικές πληροφορίες για το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου όπως (λειτουργίες, πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα, και τα είδη του συστήματος).

Γνωρίσαμε τους τρόπους προώθησης των ηλεκτρονικών καταστημάτων στο διαδίκτυο Κατά την συνεργασία μας για την δημιουργία της εργασίας μας, αποκτήσαμε εμπειρίες σε θέματα Διαχείρισης Εργασιών και Ομαδικότητας.

Δημιουργήσαμε ένα ολοκληρωμένο ηλεκτρονικό κατάστημα με την χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου WordPress, το οποίο είναι ανοιχτού κώδικα και δεν χρειάζονται προγραμματιστικές γνώσεις. Το κατάστημα αυτό αναφέρεται σε κατάστημα αθλητικών ειδών και ρούχων.

Για την σελίδα χρησιμοποιήσαμε plugin με σκοπό να γίνει πιο εύχρηστη. Τα plugins είναι έτοιμα προγράμματα κώδικα που συμπληρώνουν το site το οποίο από μόνο του δεν τα παρέχει το θέμα, με σκοπό την καλύτερη λειτουργία του καταστήματος .

Επιπρόσθετα ,μάθαμε για το webdesign μιας ιστοσελίδας με την βοήθεια του wordpress.

Ιδιαίτερη σημασία δώσαμε στον τρόπο προσέλκυσης του πελάτη, έχοντας την δυνατότητα να του εμφανίζονται τα πιο δημοφιλή προϊόντα. Τον τρόπο δημιουργίας φόρμας εγγραφής καθώς και φόρμας επικοινωνίας ώστε ο πελάτης να ενημερώνεται για τις προσφορές αλλά και για την άμεση επαφή του με το κατάστημα. Τέλος μάθαμε για τα κουπόνια προσφορών.

Με την χρήση του wordpress ήταν πολύ εύκολη η δημιουργία κατηγοριών και υποκατηγοριών των προϊόντων, και η ταξινόμηση τους. Μας έδινε την δυνατότητα δημιουργήσουμε ιδιότητες για κάθε προϊόν ώστε να καταλαβαίνει αυτόματα το σύστημα τις λεπτομέρειες των προϊόντων.

Τέλος, λάβαμε γνώσεις για την δημιουργία blog σε μία ιστοσελίδα με σκοπό την παροχή πληροφοριών σχετικά με τα αθλήματα τα οποία είναι χρήσιμα για την επιλογή προϊόντων.

Βιβλιογραφία

Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία

<https://blog.sportsmart.com.au/2015/09/10/which-cricket-shoes-are-right-for-you/>

<https://www.longstreth.com/field-hockey/how-to-choose-a-field-hockey-stick.asp>

<https://www.fourfourtwo.com/performance/gear/how-choose-perfect-football-boot>

<http://www.kookaburra.biz/en-in/cricket/cricket-bats-the-inside-story/>

<https://docs.woocommerce.com/document/variable-product/>

<https://docs.woocommerce.com/document/wc-brands/>

<https://docs.woocommerce.com/document/setting-up-taxes-in-woocommerce/>

<https://dnhost.gr/kb/article/AA-00429/0/- .html>

http://www.newtech-pub.com/wp-content/uploads/2013/10/Kef4_lan.pdf

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF

<http://www.pi.ac.cy/InternetSafety/kindinoi.html>

http://pdplab.it.uom.gr/teaching/ince_2e_gr/Text/C6/TheApachewebserver_8.html

<https://www.myactivesg.com/sports/tennis/how-to-play/tennis-equipment/how-to-choose-your-tennis-racket>

<http://www.allabouttabletennis.com/table-tennis-racket.html>

<http://www.physicaleducationupdate.com/public/553.cfm>

<https://websitesetup.org/cms-comparison-wordpress-vs-joomla-drupal/>

<https://shortcodesblog.wordpress.com/2015/03/07/%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AC-%CF%84%CE%BF%CF%85-wordpress-site-%CE%B1%CF%80%CF%8C-%CF%84%CE%BF%CE%BD-xampp-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD-hosting-server/>

<http://www.kriesi.at/support/topic/enfold-google-maps-widget-not-working/>

<http://www.wpbeginner.com/glossary/plugin/>

<http://www.kriesi.at/documentation/enfold/custom-woocommerce-shop-overview/>

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ε-commerce κατάστημα ηλεκτρολογικού υλικού - Γκουλούντ Σάλοια.

Ηλεκτρονικό εμπόριο και Ηλεκτρονικό Marketing – Αναστασία Τζιάστα.

Εισαγωγή στο WordPress 3.x, Γιώργος Μπίκας.

Χ.Πατσά ,Ηλεκτρονικό Επιχειρείν- Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Equal Ανδρομέδα 2005.

Ξένη βιβλιογραφία

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο DaveChaffey.

Δίκτυα Υπολογιστών, AndrewS. Tanenbaum&DavidJ. Wetherall..

Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2010, Συλλογικό Έργο, EfraimTurban, KingDavid, LeeJae, LiangTing-Peng, TurbanDeborrahC.

