

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή εργασία

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ E-SHOP ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ CMS
ΠΑΚΕΤΟΥ JIGOSHOP

ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΤΣΩΝΗΣ

ΑΛΚΙΝΟΟΣ ΛΑΓΟΓΙΑΝΝΗΣ

Μεσολόγγι [2018]

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή εργασία

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ E-SHOP ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ CMS
ΠΑΚΕΤΟΥ JIGOSHOP

Αναστάσιος Τσώνης

Αλκίνοος Λαγογιάννης

Επιβλέπων καθηγητής
[Δημήτριος Γκίκας]

Μεσολόγι 2018

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων/Μεσολογίου του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην σήμερον ημέρα οι γρήγοροι ρυθμοί στη καθημερινότητα μας οι άνθρωποι έχουν επιλέξει την τεχνολογία και το ηλεκτρονικό εμπόριο ώστε να κάνουν την ζωή μας πιο εύκολη και γρήγορη , με τα τόσα πλεονεκτήματα που μας προσφέρει το internet και η τεχνολογία γενικότερα. Εμείς λοιπόν στην πτυχιακή μας θα αναλύσουμε τον σχεδιασμό και την υλοποίηση συστημάτων ιστοσελίδων βασισμένη στο CMS. Θα χρησιμοποιήσουμε σαν βάση το cms με διαφορά plugins όπως το jigsawshop και Yoast SEO και άλλα. Επίσης θα αναφερθούμε στην πτυχιακή μας αναλυτικά για το διαδίκτυο, το ηλεκτρονικό εμπόριο και για τα plugins θα αναφερθούμε αναλυτικά με πλεονεκτήματα μειονεκτήματα και ιστορικά γεγονότα.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	12
• ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	14
ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	14
1 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ	1
1.1 Τι είναι το διαδίκτυο.....	1
1.2 Τεχνολογία διαδικτύου	1
1.3 Η μεταφορά πληροφορίας	1
1.4 Η ιστορία του διαδικτύου	2
1.5 Πρωτόκολλο http.....	1
1.6 Πρωτόκολλο TCP/IP	1
1.7 Τι είναι η ιστοσελίδα	1
2 CMS (ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ)	1
2.1 Τι είναι το cms.....	1
2.2 Η ιστορία του CMS	2
2.3 Χρήση του cms.....	2
2.4 Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά.....	3
3 WORDPRESS.....	1
3.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ WORDPRESS	2
3.2 Γιατί επιλέξαμε WordPress	2
3.2.1 20+ λόγοι που μας ωθούν στην επιλογή του	2
3.3 Δυνατότητες του WordPress	6

3.4	JIGOSHOP (ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ-ΕΠΕΚΤΑΣΗ).....	8
4	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	1
4.1	Το ιστορικό του ηλεκτρονικού εμπορίου σε δεκαετίες.....	1
4.2	Το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα	2
4.3	Η λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	3
4.4	Δυνατότητες, Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού εμπορίου....	4
4.5	Πληρωμές στο Ηλεκτρονικό εμπόριο	5
4.5.1	Εισαγωγή	5
4.5.2	Πληρωμή με αντικαταβολή	5
4.5.3	Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό	6
4.5.4	Πιστωτικές κάρτες.....	7
4.5.5	Έξυπνες κάρτες (smart cards).....	7
5	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ	1
5.1	Κίνδυνοι ηλεκτρονικών συναλλαγών.....	2
5.2	Λύσεις που διασφαλίζουν τις ηλεκτρονικές μας συναλλαγές στο διαδίκτυο.....	3
6	SOCIAL MEDIA, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION ΚΑΙ GOOGLE ANALYTICS1	
6.1	Google analytic.....	1
6.2	Social media	6
6.3	Search Engine Optimization.....	11
7	ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ	15
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	48

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

8.1 ΕΙΚΟΝΕΣ WORDPRESS

ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΑΡΟΧΟΥ HOST

1. Μπαίνουμε στον σύνδεσμο <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?authuser=1#provision> και πατάμε εγγραφή.
2. Συμπληρώνουμε τα στοιχεία του e-shop μας στην φόρμα που μας εμφανίζεται.
3. Επιλέγουμε χώρα έτσι ώστε να ρυθμιστεί η ώρα και έπειτα κάνουμε λήψη αναγνωριστικού παρακολούθησης.
4. Στην συνέχεια εμφανίζεται το αναγνωριστικό παρακολούθησης.
5. Αφού ολοκληρωθεί η διαδικασία με το αναγνωριστικό παρακολούθησης μας εμφανίζει έναν πίνακα με τους χρήστες όπου παρακολουθούν την ιστοσελίδα μας.
6. Μας εμφανίζει στοιχεία για τον τρόπο απόκτηση χρηστών.
7. Επιπλέον μας εμφανίζει την τάση των ενεργών χρηστών με την πάροδο του χρόνου.
8. Εμφανίζει πότε πραγματοποιούν επίσκεψη οι χρήστες μας, που βρίσκονται οι χρήστες μας και ποιες είναι οι κορυφαίες συσκευές μας.
9. Επιπλέον σε ποιες σελίδες μπαίνουν οι χρήστες μας.
10. Και στο τέλος πραγματοποιεί μια επισκόπηση όσον αφορά τους επισκέπτες μας.
11. Δημιουργία λογαριασμού και είσοδος στο <https://www.instagram.com/>
12. Αφού συνδεθούμε πηγαίνουμε στις ρυθμίσεις του Instagram και συμπληρώνουμε κάποια απαραίτητα στοιχεία.
13. Και εδώ βλέπουμε την αρχική σελίδα του site στο Instagram.
14. Δημιουργήσαμε σελίδα και στο twitter και κάνουμε log in.
15. Συμπληρώνουμε κάποια στοιχεία για το site μας στο twitter.
16. Και εδώ βλέπουμε την αρχική σελίδα στο twitter.

17. Κάνοντας login στο προσωπικό μας λογαριασμό μας δίνει την δυνατότητα να δημιουργήσουμε την δικιά μας σελίδα.
18. Μας δίνει τις επιλογές επιχείρηση/επωνυμία και κοινότητα ή δημόσιο πρόσωπο. Εμείς επιλέξαμε επιχείρηση ή επωνυμία.
19. Εισάγουμε τα στοιχεία που μας ζητάει.
20. Και εδώ βλέπουμε και την σελίδα μας στο Facebook. <https://www.facebook.com/>
21. Στην επέκταση Yoast SEO επιλέγουμε search console και Get Google Authorization Code.
22. Μεταβαίνουμε στην σελίδα Search Console της google και πατάμε start now.
23. Εδώ συμπληρώνουμε την διεύθυνση του e-shop μας.
24. Έπειτα επιτρέπουμε την πρόσβαση του Yoast SEO στο google account.
25. Μετά την επαλήθευση μας κάνουμε save profile.
26. Κάτω από τα άρθρα, κατηγορίες , προϊόντα μπορούμε να κάνουμε ρυθμίσεις για την εμφάνιση για τις μηχανές αναζήτησης.
27. Επίσης η επέκταση μας δείχνει σε πιο κομμάτι παραμετροποίησης υστερούν οι ρυθμίσεις και σε πιο είναι σωστές.
28. Επιλέγουμε τον πάροχο του host του e-shop μας (www.biz.nf).
29. Επιλέγουμε την δωρεάν έκδοση
30. Συμπληρώνουμε τα στοιχεία μας (όνομα, επίθετο, διεύθυνση, χώρα, e-mail και κωδικό πρόσβασης)
31. Έχοντας τελειώσει το host μας εμφανίζεται ένα client ID και ένας σύνδεσμος που μας οδηγεί στον λογαριασμός μας
32. Μπαίνουμε στο e-mail και πραγματοποιούμε επαλήθευση του λογαριασμού μας κάνοντας κλικ στο link που έχει αποσταλεί από τον πάροχο
33. Επιλέγουμε το εργαλείο zacky tools installer
34. Επιλέγουμε να κάνουμε εγκατάσταση του CMS WORDPRESS
35. Επιλέγουμε το θέμα που θα χρησιμοποιήσουμε στην ιστοσελίδα μας

36. Δίνουμε το όνομα domain που θα έχει το ηλεκτρονικό μας κατάστημα εφόσον ελέγξουμε την διαθεσιμότητα
37. Εφόσον έχει ολοκληρωθεί η εγκατάσταση συμπληρώνουμε τον τίτλο του site μας και τα στοιχεία του διαχειριστή (e-mail, όνομα χρήστη και κωδικό)
38. Παρακολουθούμε την διαδικασία της εγκατάστασης του wordpress
39. Αυτό είναι το site μας χωρίς την παραμικρή αλλαγή από τον χρήστη
40. Πατάμε log in
41. Συμπληρώνουμε το όνομα και τον κωδικό χρήστη που είχαμε ορίσει
42. Έχουμε εισέλθει στην κεντρική σελίδα διαχείρισης του wordpress
43. Πηγαίνουμε στα plugins και επιλέγουμε add new
44. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση jigoshop, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
45. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Advanced Ads, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
46. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Health Check & Troubleshooting, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
47. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση SiteOrigin CSS, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
48. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Sucuri Security, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
49. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Yoast SEO, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
50. Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Social Media Follow Buttons Bar, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.
51. Πηγαίνουμε στη επιλογή Appearance – Themes
52. Κάνουμε αναζήτηση το θέμα Phorsphor που είναι αυτό που θα χρησιμοποιήσουμε, εγκατάσταση και ενεργοποίηση
53. Το ενεργό θέμα μας πλέον είναι αυτό και είναι έτοιμο για αλλαγές

54. Επιλέγουμε την επέκταση Jigoshop και ύστερα την επιλογή Product Categories
55. Πατάμε Add new για να δημιουργήσουμε μια νέα κατηγορία προϊόντων
56. Συμπληρώνουμε το όνομα της κατηγορίας, εικόνα που θέλουμε να έχει και γονική κατηγορία αν έχει.
57. Επιλέγουμε την επέκταση Jigoshop και ύστερα την επιλογή Products
58. Πατάμε Add new για να δημιουργήσουμε ένα νέο προϊόν
59. Βάζουμε τον τίτλο του προϊόντος, την περιγραφή και στο Product Categories την κατηγορία ή τις κατηγορίες που ανήκει το προϊόν
60. Συμπληρώνουμε την τιμή που θα έχει το προϊόν, την κεντρική φωτογραφία που θα έχει στο Featured Image και δευτερεύον φωτογραφίες στο Attachments-Galery
61. Στην επέκταση Yoast SEO επιλέγουμε Open the configuration wizard (οδηγός ρύθμισης παραμέτρων)
62. Επιλέγουμε Configure Yoast SEO
63. Επιλέγουμε να εμφανίζεται το ηλεκτρονικό κατάστημα στις μηχανές αναζήτησης
64. Επιλέγουμε τι εκπροσωπεί η ιστοσελίδα μας (ηλεκτρονικό κατάστημα)
65. Δίνουμε το όνομα που χρησιμοποιούμε και το logo του e-shop
66. Εισάγουμε τους συνδέσμους από τα social media που υπάρχουν για το κατάστημα
67. Διαλέγουμε τα περιεχόμενα του e-shop που θέλουμε να εμφανίζονται στις μηχανές αναζήτησης
68. Δηλώνουμε αν γίνονται ή πρόκειται να γίνουν δημοσιεύσεις και από άλλον χρήστη που έχει δικαιώματα
69. Δίνουμε το όνομα της ιστοσελίδας και το σύμβολο που θα εμφανίζεται μεταξύ τίτλου και περιεχομένου που θα εμφανίζει η αναζήτηση
70. Ο οδηγός ρύθμισης παραμέτρων ολοκληρώθηκε με επιτυχία
71. Στις ρυθμίσεις διαλέγουμε την επέκταση Social Media Follow Buttons
72. Επιλέγουμε όλα τα social media που θα χρησιμοποιήσουμε από την λίστα

73. Συμπληρώνουμε τους υπέρ-συνδέσμους για το κάθε social media που χρησιμοποιεί το κατάστημα
74. Ρυθμίζουμε που θα εμφανίζονται τα κουμπιά των social media και τις διαστάσεις τους
75. Στο κάτω μέρος φαίνονται πως θα είναι τα εικονίδια, πατάμε αποθήκευση και είμαστε έτοιμοι
76. Πατάμε Customize Your Site για να αρχίσουμε να κάνουμε αλλαγές στο θέμα
77. Από την λίστα επιλέγουμε Phosphor General
78. Πατάμε Select image για να επιλέξουμε εικόνα
79. Κάνουμε upload ή επιλέγουμε εάν έχουμε ήδη ανεβάσει το Logo που θα έχει το e-shop
80. Εμφανίζεται στην αρχική σελίδα το logo που επιλέξαμε
81. Από την λίστα που εμφανίζεται επιλέγουμε το Site Identity
82. Δίνουμε τον τίτλο που θέλουμε να φαίνεται στο παράθυρο του browser
83. Κάνουμε upload ή επιλέγουμε μια φωτογραφία που έχουμε ήδη ανεβάσει έτσι ώστε να εμφανίζεται στο παράθυρο του περιηγητή ιστού
84. Από την λίστα επιλέγουμε το Menus
85. Πατάμε Create New Menu
86. Δίνουμε τον τίτλο που θα έχει το Menu
87. Επιλέγουμε Add items, Product Categories και τις κατηγορίες προϊόντων που θέλουμε
88. Στοιχίζουμε αριστερά τις κατηγορίες και πιο δεξιά τις υποκατηγορίες σέρνοντας με τον κέρσορα (Drag and Drop)
89. Από την λίστα επιλέγουμε την κατηγορία Widgets
90. Ύστερα την επιλογή Sidebar
91. Πατάμε Add a Widget και επιλέγουμε τι θα εμφανίζεται στο Sidebar του ηλεκτρονικού καταστήματος

92. Στην κατηγορία Widgets επιλέγουμε Footer 1

93. Επιλέγουμε Add a Widget, Text και συμπληρώνουμε τα στοιχεία επικοινωνίας που θα εμφανίζονται κάτω δεξιά στο τέλος του e-shop

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

TCP/IP transmission control protocol/internet protocol

CMS σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

nntp Network news transfer protocol

smtp Simple mail transfer protocol

http Hypertext transfer protocol

html hypertext markup language

WYSIWYG What You See Is What You Get

B2B business to business

B2C business to customer

C2C customer to customer

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Email	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
Link	Σύνδεσμος
Site	Ιστοσελίδα
Domain	Διεύθυνση διαδικτύου
e-shop	Ηλεκτρονικό κατάστημα
plugin	Επέκταση
log-in	Σύνδεση
client ID	Αναγνωριστικό πελάτη

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

- 1) Στο πρώτο κεφάλαιο θα αναφερθούμε σε βασικές έννοιες του διαδικτύου, την κατασκευή ιστοσελίδων και ιστορικά στοιχεία.
- 2) Στο δεύτερο κεφάλαιο θα εξετάσουμε το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων δηλαδή το CMS όπου θα αναφερθούμε στην χρήση του, στα πλεονεκτήματα του αλλά και στα μειονεκτήματα του.
- 3) Στο τρίτο κεφάλαιο θα αναφέρουμε στο Wordpress και στις δυνατότητες που έχει .
- 4) Στο τέταρτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την σημασία του ηλεκτρονικού εμπόριου, θα δούμε το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα, τις δυνατότητες καθώς και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του.
- 5) Στο πέμπτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τις τεχνολογίες και την ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου
- 6) Στο έκτο κεφάλαιο θα δούμε με φωτογραφικό υλικό καθώς και επεξηγήσεις τα βήματα που χρειάζονται και που κάναμε για την κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση Jigoshop σε CMS WordPress.

1 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1.1 Τι είναι το διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο ή αλλιώς Internet όπως είναι η διεθνής ονομασία του που έχει επικρατήσει τα τελευταία χρόνια, είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι οποίοι επικοινωνούν μεταξύ τους χρησιμοποιώντας ένα κοινό πρωτόκολλο επικοινωνίας, το TCP/IP (transmission control protocol/internet protocol). Οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν εύκολα και γρήγορα να περιηγηθούν σε μια τεράστια βάση πληροφοριών, να στείλουν και να λάβουν αρχεία, να κάνουν κοινή χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και γενικά να χρησιμοποιήσουν ένας πλήθος πολυάριθμων υπηρεσιών που έχουν στην διάθεσή τους.

1.2 Τεχνολογία διαδικτύου

Το Διαδίκτυο είναι επικοινωνιακό δίκτυο που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ οποιουδήποτε διασυνδεδεμένου υπολογιστή. Η τεχνολογία του είναι κυρίως βασισμένη στην διασύνδεση επιμέρους δικτύων ανά τον κόσμο και σε πολυάριθμα πρωτόκολλα επικοινωνίας. Στην πιο εξειδικευμένη και περισσότερο χρησιμοποιούμενη μορφή του, με τον όρο Διαδίκτυο περιγράφεται το παγκόσμιο πλέγμα διασυνδεδεμένων υπολογιστών και των υπηρεσιών και πληροφοριών που παρέχει στους χρήστες του. Το Διαδίκτυο χρησιμοποιεί μεταγωγή πακέτων και τη στοιβία πρωτοκόλλων. Σήμερα, ο όρος διαδίκτυο κατέληξε στο να αναφέρεται στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο. Για να ξεχωρίζει, το παγκόσμιο αυτό δίκτυο γράφεται με κεφαλαίο το αρχικό "Δ". Η τεχνική της διασύνδεσης δικτύων μέσω μεταγωγής πακέτων και της στοιβίας πρωτοκόλλων ονομάζεται διαδικτύωση.

1.3 Η μεταφορά πληροφορίας

Η απαραίλακτη μεταφορά της πληροφορίας σε οποιαδήποτε μορφή είναι αυτή (αρχείο, μήνυμα κτλ.) , που επιτυγχάνεται με τη σωστή χρήση ενός κατάλληλου πρωτοκόλλου μεταφοράς (transfer protocol). Το πρωτόκολλο μεταφοράς λέει στους δύο υπολογιστές πώς να στείλουν και πώς να λάβουν την πληροφορία. Ανάμεσα σε αυτά που χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι τα εξής :

- Hypertext transfer protocol (http) : για την περιήγηση στον παγκόσμιο ιστό

- Simple mail transfer protocol (smtp) : για την υπηρεσία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- File transfer protocol : για την υπηρεσία του μεταφοράς αρχείου
- Network news transfer protocol (nntp) : για τη χρήση του Usenet και τη συμμετοχή σε ομάδες ειδήσεων – συζητήσεων

1.4 Η ιστορία του διαδικτύου

Οι πρώτες απόπειρες για την δημιουργία ενός διαδικτύου ξεκίνησαν στις ΗΠΑ κατά την διάρκεια του ψυχρού πολέμου. Δημιούργησαν την υπηρεσία προηγούμενων αμυντικών ερευνών ARPA (Advance research project agency) γνωστή ως DARPA (defense advance research project agency) στις μέρες μας, ένα δίκτυο επικοινωνίας το οποίο θα μπορούσε να επιβιώσει σε μια ενδεχόμενη πυρηνική επίθεση. Το αρχικό θεωρητικό υπόβαθρο δόθηκε από τον Τζ. Λικλάιντερ που ανέφερε σε συγγράμματά του το ‘γαλαξιακό ταξίδι’, ένα δίκτυο υπολογιστών που θα ήταν συνδεδεμένοι μεταξύ τους και θα μπορούσαν να ανταλλάσσουν γρήγορα πληροφορίες και προγράμματα. Το επόμενο θέμα που πρόκυπτε ήταν ότι το δίκτυο αυτό θα έπρεπε να ήταν αποκεντρωμένο έτσι ώστε ακόμα και αν κάποιος κόμβος του δεχόταν επίθεση να υπάρχει δίοδος επικοινωνίας για τους υπόλοιπους υπολογιστές. Η λύση δόθηκε από τον Πωλ Μπάραν με τον σχεδιασμό ενός κατακεντρωμένου δικτύου επικοινωνίας που χρησιμοποιούσε την ψηφιακή τεχνολογία. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η θεωρία ανταλλαγής πακέτων του Λέοναρντ κλαίνροκ, που υποστήριζε ότι τα πακέτα πληροφοριών που θα περιείχαν την προέλευση και τον wide Web ή www είναι ένα μέρος του διαδικτύου. Αποτελεί το μεγαλύτερο, το δημοφιλέστερο και το ταχύτερο αναπτυσσόμενο κομμάτι του. Συγκεκριμένα, ο Παγκόσμιος Ιστός είναι το μέσο για την ευκολότερη ανάκτηση του τεράστιου όγκου πληροφοριών που διατίθενται μέσω του διαδικτύου γνωστό ως ARPANET. Εγκαταστάθηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά το 1969 με 4 κόμβους μέσω των οποίων συνδέονται 4 mini υπολογιστές (minicomputer 12k). Η ταχύτητα του δικτύου έφθανε τα 50 kbps και έτσι επιτεύχθηκε η πρώτη dial up σύνδεση μέσω γραμμών τηλεφώνου. Ο παγκόσμιος ιστός χρησιμοποιεί ένα από τα πρωτόκολλα του διαδικτύου, το hypertext transfer protocol (http). Οι πληροφορίες του παγκόσμιου ιστού εμφανίζονται μορφοποιημένες με τη γλώσσα html (hypertext markup language) σε μορφή ιστοσελίδων και με τη κατάληξη .htm ή .html . Οι ιστοσελίδες μπορεί να περιέχουν εκτός από το στατικό κείμενο, εικόνες, ήχο , κινούμενες εικόνες , δυναμικό κείμενο κτλ.

1.5 Πρωτόκολλο http

Το Πρωτόκολλο Μεταφοράς Υπερκειμένου είναι ένα πρωτόκολλο επικοινωνίας. Αποτελεί το κύριο πρωτόκολλο που χρησιμοποιείται στους φυλλομετρητές του Παγκοσμίου Ιστού για να μεταφέρει δεδομένα ανάμεσα σε έναν διακομιστή (Server) και έναν πελάτη (client). Αρχικά το πρωτόκολλο δεν μετέφερε καμία πληροφορία σχετικά με το πρόγραμμα-πελάτη και η μόνη επιλογή που υπήρχε ήταν η ζήτηση από τον εξυπηρετητή μίας σελίδας κειμένου το οποίο περιείχε μόνο χαρακτήρες ASCII και πιθανόν χαρακτήρες τερματισμού γραμμής. Σήμερα το πρωτόκολλο αυτό είναι πλέον καθιερωμένο και διαδεδομένο σε σημείο που σχεδόν όλοι οι φυλλομετρητές να το θεωρούν δεδομένο και να το χρησιμοποιούν σε περίπτωση που ο χρήστης δεν καθορίσει ποιο πρωτόκολλο θέλει να χρησιμοποιήσει.

1.6 Πρωτόκολλο TCP/IP

Το TCP/IP (Αγγλικά: Transmission Control Protocol/Internet Protocol, σημασία στα Ελληνικά: Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης/Πρωτόκολλο Διαδικτύου) είναι μια συλλογή πρωτοκόλλων επικοινωνίας στα οποία βασίζεται το Διαδίκτυο αλλά και μεγάλο ποσοστό των εμπορικών δικτύων. Η ονομασία TCP/IP προέρχεται από τις συντομογραφίες των δυο κυριότερων πρωτοκόλλων της συλλογής: το Transmission Control Protocol (σημασία στα ελληνικά: Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης) και το Internet Protocol (Πρωτόκολλο Διαδικτύου). Αυτή η συλλογή πρωτοκόλλων είναι οργανωμένη σε επίπεδα (Αγγλικά: layers). Το καθένα τους απαντά σε συγκεκριμένα προβλήματα μεταφοράς δεδομένων και παρέχει μια καθορισμένη υπηρεσία στα υψηλότερα επίπεδα. Τα ανώτερα επίπεδα είναι πιο κοντά στη λογική του χρήστη και εξετάζουν πιο αφηρημένα δεδομένα. Στηρίζονται στα πρωτόκολλα των χαμηλότερων επιπέδων για την μετάφραση δεδομένων σε μορφές οι οποίες είναι δυνατόν να διαβιβαστούν με φυσικά μέσα

1.7 Τι είναι η ιστοσελίδα

Ιστοσελίδα είναι ένα είδος εγγράφου του παγκόσμιου ιστού που περιλαμβάνει πληροφορίες με την μορφή κειμένου, εικόνας, βίντεο και ήχου. Πολλές ιστοσελίδες μαζί συνθέτουν έναν ιστότοπο. Οι ιστοσελίδες ενός ιστότοπου εμφανίζονται κάτω από το ίδιο όνομα χώρου (domain). Οι ιστοσελίδες αλληλοσυνδέονται και μπορεί ο χρήστης να μεταβεί από τη μια στην άλλη κάνοντας μόνο ένα κλικ. Κατασκευή ιστοσελίδας είναι η διαδικασία παρουσιάσεων περιεχομένου, οι οποίες προβάλλονται στον τελικό χρήστη του διαδικτύου, μέσω ενός προγράμματος περιήγησης (browser) ή άλλων υπηρεσιών όπως διαδικτυακή τηλεόραση, ιστολογία (blogs) κ.ά. Είναι μια μίξη τεχνικής και δημιουργικής διαδικασίας αλλά πια και digital marketing που περιλαμβάνει την χρήση πολλών ειδικοτήτων από ανθρώπινους πόρους (web designer, web developer, digital marketer) που με την εξειδικευμένη γνώση του ο καθένας και την συνεισφορά του σε κώδικα και γνώσεις συνθέτουν στη δημιουργία και την κατασκευή ιστοσελίδα.

2 CMS (ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ)

2.1 Τι είναι το cms

Ο όρος Content Management Systems (CMS, Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου) αναφέρεται στις εφαρμογές που επιτρέπουν στον πελάτη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες, πίνακες κ.λπ., με εύκολο τρόπο, συνήθως παρόμοιο με αυτόν της χρήσης ενός κειμενογράφου. Οι εφαρμογές διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν την αλλαγή του περιεχομένου χωρίς να είναι απαραίτητες ειδικές γνώσεις σχετικές με τη δημιουργία ιστοσελίδων ή γραφικών, καθώς συνήθως τα κείμενα γράφονται μέσω κάποιων online WYSIWYG ("What You See Is What You Get") html editors, ειδικών δηλαδή κειμενογράφων, παρόμοιων με το MS Word, που επιτρέπουν τη μορφοποίηση των κειμένων όποτε υπάρχει ανάγκη. Οι αλλαγές του site μπορούν να γίνουν από οποιονδήποτε υπολογιστή που είναι συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο, χωρίς να χρειάζεται να έχει εγκατεστημένα ειδικά προγράμματα επεξεργασίας ιστοσελίδων, γραφικών κ.λπ. Μέσω ενός απλού φυλλομετρητή ιστοσελίδων (browser), ο χρήστης μπορεί να συντάξει ένα κείμενο και να ενημερώσει άμεσα το δικτυακό του τόπο. Αυτό που αποκαλούμε πολλές φορές "δυναμικό περιεχόμενο" σε ένα website δεν είναι άλλο παρά οι πληροφορίες που παρουσιάζονται στο site και μπορούν να αλλάξουν από τους ίδιους τους διαχειριστές του μέσω κάποιας εφαρμογής, η οποία ουσιαστικά μπορεί να εισάγει (προσθέτει), διορθώνει και να διαγράφει εγγραφές σε πίνακες βάσεων δεδομένων, όπου τις περισσότερες φορές καταχωρούνται όλες αυτές οι πληροφορίες. Αυτό σημαίνει ότι δεν χρειάζεται να δημιουργηθούν πολλές ξεχωριστές ιστοσελίδες για την παρουσίαση των πληροφοριών στο site, αλλά αρκεί ένας ενιαίος σχεδιασμός στα σημεία όπου θέλουμε να εμφανίζεται το περιεχόμενό μας, καθώς και να υπάρχει ο ειδικός σε κάποια συγκεκριμένη γλώσσα προγραμματισμού (ASP, PHP, ColdFusion, Perl, CGI κ.λπ.), ο οποίος αναλαμβάνει να εμφανίσει τις σωστές πληροφορίες στις σωστές θέσεις. Έτσι για το δικτυακό τόπο μιας εφημερίδας π.χ., που απαιτεί εύλογα καθημερινή ενημέρωση αλλά δεν χρησιμοποιεί κάποιο σύστημα Content Management θα πρέπει ο υπεύθυνος για το σχεδιασμό του (designer) να δημιουργήσει μια σελίδα με τα γραφικά, την πλοήγηση και το περιβάλλον διεπαφής (interface) του website, ο υπεύθυνος ύλης να τοποθετήσει το περιεχόμενο στα σημεία της ιστοσελίδας που θέλει και να ενημερωθούν οι σύνδεσμοι των υπόλοιπων σελίδων

ώστε να συνδέονται με την καινούργια. Αφού την αποθηκεύσει, πρέπει να την ανεβάσει στο website μαζί με τις υπόλοιπες ιστοσελίδες που άλλαξαν. Αντιθέτως, αν ο δικτυακός τόπος λειτουργεί με χρήση κάποιου συστήματος CM, το μόνο που έχει να κάνει ο διαχειριστής του είναι να ανοίξει τη σχετική φόρμα εισαγωγής νέου άρθρου στη διαχειριστική εφαρμογή του website και να γράψει ή να επικολλήσει τα στοιχεία που επιθυμεί. Αυτόματα, μετά την καταχώριση γίνονται από το ίδιο το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου όλες οι απαραίτητες ενέργειες, ώστε το άρθρο να είναι άμεσα διαθέσιμο στους επισκέπτες και όλοι οι σύνδεσμοι προς αυτό ενημερωμένοι. Με την αυξητική τάση χρήσης των CMS στην Ελλάδα και το εξωτερικό, γίνεται εμφανές ότι το μέλλον του Διαδικτύου σε ότι αφορά περιεχόμενο και πληροφορίες που πρέπει να ανανεώνονται τακτικά, ανήκει στα προγράμματα διαχείρισης περιεχομένου, αφού προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα, ταχύτητα και ευκολίες στη χρήση τους.

2.2 Η ιστορία του CMS

Μέχρι πριν από λίγα χρόνια, ο μόνος τρόπος για να διατηρήσει μια εταιρία το site της ενημερωμένο ήταν να συνάψει συμβόλαιο με μια εταιρία παροχής υπηρεσιών συντήρησης. Τα τελευταία χρόνια, όμως, οι ίδιες οι εταιρίες παροχής τέτοιων υπηρεσιών προσφέρουν μια πολλά υποσχόμενη εναλλακτική λύση. Πολλές από αυτές έχουν αναπτύξει ειδικά συστήματα, τα οποία μειώνουν το χρόνο και το κόστος λειτουργίας ενός δικτυακού τύπου.

2.3 Χρήση του cms

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να αντικαταστήσουν ένα συμβόλαιο συντήρησης επάξια. Τα CMS μπορούν να χρησιμοποιηθούν για:

1. Ειδήσεις (εφημερίδες, περιοδικά, πρακτορεία ειδήσεων κ.λπ.)
2. Παρουσιάσεις εταιριών και προσωπικού
3. Καταλόγους προϊόντων
4. Παρουσιάσεις προϊόντων
5. Online υποστήριξη
6. Αγγελίες και ανακοινώσεις

7. Παρουσιάσεις και προβολή γεωγραφικών περιοχών
8. Διαφημίσεις
9. Δελτία Τύπου
10. Όρους και συμβόλαια
11. Χάρτες, κατευθύνσεις, οδηγίες

2.4 Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά

Ένα ολοκληρωμένο CMS πρέπει να μπορεί να διαχειρίζεται όλες τις δυναμικές πληροφορίες του site και να προσφέρει υπηρεσίες που εξυπηρετούν πλήρως τις ανάγκες των διαχειριστών του. Επιγραμματικά, μερικά από τα πλεονεκτήματα και τα χαρακτηριστικά ενός ολοκληρωμένου CMS είναι:

1. Γρήγορη ενημέρωση, διαχείριση και αρχειοθέτηση του περιεχομένου του δικτυακού τόπου
2. Ενημέρωση του περιεχομένου από οπουδήποτε
3. Ταυτόχρονη ενημέρωση από πολλούς χρήστες και διαφορετικούς υπολογιστές
4. Να μην απαιτούνται ειδικές τεχνικές γνώσεις από τους διαχειριστές του
5. Εύκολη χρήση και άμεση γνώση του τελικού αποτελέσματος, όπως γίνεται με τους γνωστούς κειμενογράφους
6. Δυνατότητα αναζήτησης του περιεχομένου που καταχωρείται και αυτόματη δημιουργία αρχείου
7. Ασφάλεια και προστασία του σχεδιασμού του site από λανθασμένες ενέργειες, που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν προβλήματα στην εμφάνισή του
8. Διαχωρισμός του περιεχομένου από το σχεδιασμό και την πλοήγηση (navigation) του δικτυακού τόπου
9. Αλλαγή σχεδιασμού ή τρόπου πλοήγησης χωρίς να είναι απαραίτητη η ενημέρωση όλων των σελίδων από τον ίδιο το χρήστη

10. Αυτόματη δημιουργία των συνδέσμων μεταξύ των σελίδων και αποφυγή προβλημάτων ανύπαρκτων σελίδων (404 error pages)
11. Μικρότερος φόρτος στον εξυπηρετητή (server) και χρήση λιγότερου χώρου, αφού δεν υπάρχουν πολλές επαναλαμβανόμενες στατικές σελίδες, από τη στιγμή που η ανάπτυξη των σελίδων γίνεται δυναμικά.

Όλο το περιεχόμενο καταχωρείται στην/στις βάσεις δεδομένων, τις οποίες μπορούμε πιο εύκολα και γρήγορα να τις προστατεύσουμε τηρώντας αντίγραφα ασφαλείας. Ασφαλώς υπάρχουν και άλλα χαρακτηριστικά και πρόσθετες υπηρεσίες, ανάλογα με το CMS, που άλλοτε χρεώνονται επιπλέον και άλλοτε ενσωματώνονται και προσφέρονται δωρεάν προς χρήση, όπως:

1. Εφαρμογή διαχείρισης και προβολής διαφημιστικών banners, δημοσκοπήσεων και παραμετροποίησης (personalization)
2. Δυνατότητα παρουσίασης του περιεχομένου σε συνεργαζόμενα sites (syndication)
3. Στατιστικά
4. Διαχείριση μελών
5. Newsletters
6. Forum.

3 WORDPRESS

Το WordPress ξεκίνησε το 2003 από τον Matt Mullenweg σαν ένα κομμάτι κώδικα για ένα κομψό, καλοσχεδιασμένο προσωπικό σύστημα δημοσίευσης βασισμένο σε PHP και MySQL και λιγότερους χρήστες από ότι μπορεί κανείς να μετρήσει στα δάχτυλα και των δύο χεριών του. Από τότε και μετά έχει εξελιχθεί στο μεγαλύτερο εργαλείο για Blogging και κατασκευή ιστοσελίδων. Είναι ανοιχτού λογισμικού εγχείρημα, το οποίο σημαίνει ότι δουλεύουν εκατοντάδες πάνω στην ανάπτυξή του. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή μιας απλής ιστοσελίδας μέχρι και μιας πολύπλοκης μεγάλης εμπορικής αξίας, χωρίς να χρειάζεται κανείς να πληρώσει τίποτα για κάποια άδεια χρήσης. Το WordPress έχει ένα σύστημα προτύπων ιστού και χρησιμοποιεί έναν επεξεργαστή προτύπων για την λειτουργία του. Οι χρήστες μπορούν να εγκαθιστούν και να εναλλάσσουν τα πρότυπα αυτά ανάλογα με τις ανάγκες τους. Τους επιτρέπουν την αλλαγή του τρόπου προβολής των δεδομένων και μπορούν να εγκατασταθούν χωρίς να αλλοιώσουν τα περιεχόμενα ή την ορθή λειτουργία της ιστοσελίδας. Υπάρχουν χιλιάδες ελεύθερα αλλά και άλλα πρότυπα επί πληρωμής. Επίσης όποιος διαθέτει τις γνώσεις και τις ικανότητες μπορεί να φτιάξει το δικό του πρότυπο. Το σύστημα προσθέτων που έχει επιτρέπει στους χρήστες του να επεκτείνουν τις δυνατότητές του. Έχει περίπου 35.000 πρόσθετα διαθέσιμα, καθένα από τα οποία προσθέτουν προσαρμοσμένες λειτουργίες και χαρακτηριστικά που επιτρέπουν στο χρήστη να το φέρει στο ύψος των αναγκών του. Επίσης έχει δυνατότητα ενσωματωμένης διαχείρισης συνδέσμων, μόνιμους συνδέσμους οι οποίοι είναι φιλικόι προς τις μηχανές αναζήτησης, δυνατότητα ανάθεσης πολλαπλών κατηγοριών και υποκατηγοριών στα άρθρα, και υποστήριξη για ετικέτες στα άρθρα και τις σελίδες. Συμπεριλαμβάνονται επίσης αυτόματα φίλτρα, τα οποία παρέχουν μορφοποίηση του κειμένου (για παράδειγμα μετατροπή των διπλών εισαγωγικών σε «έξυπνα» εισαγωγικά (δηλαδή " " σε “ ”). Το WordPress υποστηρίζει επίσης τα πρότυπα Trackback και Pingback για προβολή συνδέσμων προς άλλους ιστότοπους, οι οποίοι με τη σειρά τους έχουν συνδέσμους προς μια δημοσίευση ή άρθρο. Διατίθενται εγγενείς εφαρμογές για το Android, το iPhone/iPod Touch, το iPad, το Windows Phone 7 και το BlackBerry. Αυτές οι εφαρμογές, σχεδιασμένες από την Automatic, παρέχουν πρόσβαση μόνο σε μερικές από τις δυνατότητες του πίνακα διαχείρισης του WordPress.

Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

WordPress (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wordpress.org/>

Επιτρέπουν για παράδειγμα την προσθαφαίρεση νέων Blog Post και σελίδων, σχολιασμό και διαχείριση των σχολίων.

3.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ WORDPRESS

Το b2/cafelog, πιο γνωστό απλά ως b2 ή cafelog, ήταν ο πρόγονος του Word Press. Το b2/cafelog εκτιμάται ότι χρησιμοποιούνταν σε περίπου 2000 ιστολόγια μέχρι τον Μάιο του 2003. Ήταν γραμμένο σε PHP, για χρήση με την MySQL, από τον Michel Valdrighi, ο οποίος είναι τώρα ένας από τους βασικούς προγραμματιστές του Word Press. Παρότι είναι ο επίσημος διάδοχός του, ένα ακόμα project, το b2evolution, βρίσκεται ενεργά στην ανάπτυξη. Το WordPress πρωτοεμφανίστηκε το 2003 ως μια κοινή προσπάθεια του Matt Mullenweg και του Mike Little να δημιουργήσουν μια παραλλαγή (fork) του b2. Το όνομα WordPress το πρότεινε η Christine Selleck, μια φίλη του Mullenweg. Το 2004, οι όροι της άδειας χρήσης για το ανταγωνιστικό λογισμικό Movable Type άλλαξαν από την Six Apart, και πολλοί από τους πιο σημαντικούς χρήστες του, μετέβηκαν στο WordPress. Αποτέλεσμα αυτού είναι τον Οκτώβρη του 2009, η ετήσια αναφορά για τα μερίδια της αγοράς, να βγάλει το WordPress το δυνατότερο όνομα από οποιοδήποτε άλλο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού λογισμικού.

3.2 Γιατί επιλέξαμε WordPress

3.2.1 20+ λόγοι που μας ωθούν στην επιλογή του

Οι ιστοσελίδες κατασκευασμένες με WordPress προσφέρουν πολύ περισσότερα από τα πέντε ή δέκα πλεονεκτήματα που ακούγονται συχνότερα. Μια ιστοσελίδα βασισμένη σε λογισμικό blogging ιστολόγιο δλδ αποτελεί εξέλιξη του πως κατασκευάζονται οι καινούργιες σελίδες

Παρακάτω απαριθμούνται 22 λόγοι γιατί οι ιστοσελίδες WordPress πλεονεκτούν σε σχέση με τα υπόλοιπα παραδοσιακά site.

Το WordPress δε δημιούργησε καλές εντυπώσεις όταν πρωτοβγήκε. Αρχικά θεωρούνταν διεθνώς σαν ένα απλό λογισμικό που προοριζόταν για προσωπικά ιστολόγια. Στην πορεία όμως, η αληθινή δύναμη του WordPress ήρθε στο φως. Το WordPress μπορεί να

Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

WordPress (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wordpress.org/>

χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή μιας ιστοσελίδας ειδήσεων, ηλεκτρονικού εμπορίου, κυβερνητικού οργανισμού, κλπ.

1. **Εξοικονόμηση χρημάτων** – δεν υπάρχει πλέον ανάγκη οι αλλαγές στο κείμενο και γενικά στο περιεχόμενο να γίνονται από κάποιον τρίτο ειδικό. Εκείνος που θέλει να φτιάξει την ιστοσελίδα, εκείνος την δημιουργεί και την τροποποιεί σύμφωνα με τις επιθυμίες του, εύκολα και χωρίς την παρέμβαση άλλου. Έτσι, τα χρήματα που θα έδινε κάποιος σε έναν ειδικό προγραμματιστή, μπορεί να τα δώσει σε πιο σημαντικά πράγματα, κατ' επιλογήν φυσικά, όπως για παράδειγμα σε ένα καλό πρόσθετο.
2. **Υψηλότερη προσβασιμότητα** – αλλαγές και προσθήκη περιεχομένου στη σελίδα μπορεί να γίνει από οποιαδήποτε υπολογιστή στον κόσμο με πρόσβαση στο internet
3. **Συνοχή** – ανεξάρτητα από το πλήθος των αναρτήσεων ή των σελίδων που προστίθενται, οι επισκέπτες της ιστοσελίδας δεν κουράζονται.
4. **Φιλικό στην κοινωνική δικτύωση** – μπορεί κανείς να ολοκληρώσει τις αναρτήσεις του μέσω γνωστών σελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, twitter , Instagram κλπ., αντί να πηγαίνει στην καθεμία, να κάνει είσοδο και μετά να ποστάρει ότι πρόσθεσε κάτι νέο στην σελίδα
5. **Πολυμέσα** – μπορεί κανείς να προσθέσει εύκολα ήχο και βίντεο στις αναρτήσεις του.
6. **Μηχανές αναζήτησης** – η παραγωγή του κώδικα έχει συνοχή και δεν περιέχει εξεζητημένες εντολές HTML. Επίσης , με τη σωστή διαμόρφωση, μπορεί να κάνεις να προσαρμοστεί κάθε σελίδα ή ανάρτηση ώστε να τους δώσει περισσότερες πιθανότητες να ανέβουν ψηλά στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης
7. **Προσέλκυση των μηχανών** – καθώς ποστάρει κανείς περισσότερο περιεχόμενο, αυτή η ενέργεια θα προσελκύσει τα λεγόμενα Google robots και τις άλλες μηχανές αναζήτησης σα μαγνήτης. Τα εικονικά αυτά ρομπότ θα ψάξουν ολόκληρη την ιστοσελίδα, αναζητώντας νέο περιεχόμενο και νέες σελίδες τις οποίες , μπορούν να ενσωματωθούν στον κατάλογο των αποτελεσμάτων. Οι νέες σελίδες θα κατηγοριοποιηθούν σε ώρες, ακόμα και λεπτά αφού προστεθούν στην ιστοσελίδα
8. **Δυνατότητα επέκτασης** – δε χρειάζεται να ενημερωθεί κανείς την πλοήγηση καθώς προσθέτει νέες σελίδες. Οι σύνδεσμοί τους θα προσθέτουν αυτόματα βασισμένοι σε ποια κατηγορία αντιστοιχίζονται οι αναρτήσεις και οι σελίδες. Αυτό συμβαίνει στο

χώρο του διαχειριστή, αντί να τροποποιούνται χειροκίνητα τα JavaScript μενού και τα πολύπλοκα php αρχεία.

9. **Γρήγορη εκμάθηση** - μαθαίνοντας να τροποποιεί κανείς το περιεχόμενο, να προσθέτει νέες σελίδες, φωτογραφίες είναι τόσο εύκολο όσο να μάθει κανείς το Microsoft word. Ανακαλύπτοντας μια φορά τις διαδικασίες, δε μένει κανείς αρχάριος για πολύ. Χάρη στην πληθώρα οδηγιών και tutorials που υπάρχουν OnLine ,μπορεί κανείς να μάθει πολύ γρήγορα αυτό που χρειάζεται.
10. **Βελτιωμένη ασφάλεια** – ένα από τα επιχειρήματα εναντίον του WordPress ή οποιαδήποτε άλλου blog λογισμικού που χρησιμοποιούν πρόσθετα, είναι ότι χάκερς μπορούν να εισβάλουν στην ιστοσελίδα. Στην πραγματικότητα, το αντίθετο ισχύει: αν γίνει σωστά η εγκατάστασή του, η ιστοσελίδα είναι ασφαλής από χάκερς περισσότερο από ένα κοινό website. Αυτό συμβαίνει γιατί η διαδικασία της εγκατάστασης είναι σύνθετη και έχει παραμέτρους οι οποίες καθορίζουν την ασφάλεια της σελίδας σε διάφορα επίπεδα.
11. **Ενθαρρύνει τους επισκέπτες** – καθώς νέο περιεχόμενο προστίθεται συχνά, ολοένα και περισσότεροι επισκέπτες ενθαρρύνονται να μουν στην ιστοσελίδα. Εδώ παίζουν ρόλο τα λεγόμενα real simple syndication τα οποία στέλνουν αυτόματα ειδοποιήσεις μέσω mail ότι ανέβηκαν νέες αναρτήσεις. Αυτές οι αναρτήσεις ωθούν τους παλιούς επισκέπτες να επανέλθουν στην ιστοσελίδα να διαβάσουν πχ. Τη συνέχεια ενός άρθρου. Αυτό δεν είναι το μέλλον της εξέλιξης της επικοινωνίας σε μερικά χρόνια αλλά το πως είναι τώρα στις μέρες μας.
12. **Γρήγορη ενημέρωση περιεχομένου** – κάνοντας συχνές αναρτήσεις και μοιράζονται κανείς την άποψή του μέσω ενός blog αυξάνει τη δυνατότητα σύναψης στενότερων σχέσεων με ένα κοινό απ' ότι μέσω ενός παραδοσιακού website. Γιατί συμβαίνει αυτό? Γιατί τα κοινά websites καθυστερούν πολύ στη μορφοποίηση. Ακόμα και όταν ανοίξει κανείς το Dreamweaver και να αντιγράψει μια σελίδα ώστε να την επεξεργαστεί και να δημιουργήσει μια νέα πάλι θα πρέπει να φορμάρει το περιεχόμενο, να το ανεβάσει στο σωστό directory, να θέσει τα δικαιώματα ,κλπ. Η προσθήκη νέων σελίδων στο wordpress γίνεται κυριολεκτικά σε λίγα δευτερόλεπτα. Καμία φορά δεν υπάρχει η χρονική πολυτέλεια του να προσθέτεις περιεχόμενο με τον παραδοσιακό τρόπο. Και όταν το περιεχόμενο έχει να κάνει με δραστηριότητες σε μία επιχείρηση, η ταχύτητα ανανέωσης είναι σημαντικός παράγοντας.

Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

WordPress (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wordpress.org/>

13. **Αμφίδρομη επικοινωνία με τους επισκέπτες** – μέσω της χρήσης των σχολίων, δεν υπάρχει πλέον ο περιορισμός της μονόδρομης επικοινωνίας με τους επισκέπτες, όπως θα ήταν σε ένα παραδοσιακό website. Φυσικά υπάρχει πάντα η δυνατότητα να προσθέτει κανείς μια φόρμα << επικοινωνήστε μαζί μας >>, αλλά τα σχόλια επιτρέπουν αμφίδρομη συζήτηση μεταξύ συγγραφέα και του αναγνώστη. Επίσης, κάθε φορά που κάποιος κάνει ένα σχόλιο σε μία ανάρτηση, οι λέξεις –κλειδιά που συμπεριλαμβάνονται σε καθεμία, βοηθάνε στο να γίνει καλύτερη συζήτηση.
14. **Άμεση αναγνώριση των δημοφιλέστερων θεμάτων στο κοινό** - αν κάποιος για παράδειγμα, δημιουργήσει δέκα αναρτήσεις με ένα δύο σχόλια στην καθεμία, ή ακόμα και κανένα και ξαφνικά δημιουργήσει μια ανάρτηση η οποία αποφέρει δέκα και πλέον σχόλια, καταλάβει αμέσως ότι το θέμα της ανάρτησης προκαλεί ενδιαφέρον. Αυτή είναι μια χρήσιμη ευκαιρία που δεν υπάρχει συνήθως σε ένα κοινό website, εκτός αν πληρώσει κανείς για έρευνες και συλλογή στατιστικών στοιχείων.
15. **Αυτόματη σύνδεση rss** – οι αναρτήσεις των blog αυτόματα μετατρέπονται σε rss ενημερώσεις και συνδέονται με άλλα blogs
16. **Δωρεάν είσοδος στο yahoo** – όταν υποβάλλει κανείς τις ενημερώσεις rss χειροκίνητα στο yahoo δε χρειάζεται να πληρώσει το ποσό των \$299, καθώς η ιστοσελίδα κατηγοριοποιείται δωρεάν στη μηχανή αναζήτησης. Επίσης προσθέτοντας ενημερώσεις rss στο msn ή στο Bing, είναι ο γρηγορότερος τρόπος να κατηγοριοποιηθεί η ιστοσελίδα.
17. **Απόλυτος έλεγχος των συζητήσεων** – στα κοινά websites ο παραδοσιακός τρόπος επικοινωνίας με τους επισκέπτες ήταν να προσθέσει κανείς ένα forum ή ένα χώρο chat. Το πρόβλημα με αυτό τον τρόπο ήταν ότι έπρεπε να προστατεύονται οι αναρτήσεις από spammers και να διαγράφονται τυχόν συζητήσεις και ανεπιθύμητοι λογαριασμοί οι οποίοι απειλούσαν την ακεραιότητα της ιστοσελίδας. Με τα WordPress ιστολογία, αυτό άλλαξε. Ο διαχειριστής ξεκινάει τη συζήτηση. Οι επισκέπτες σχολιάζουν, αλλά τα σχόλια τους πρέπει πρώτα να εγκριθούν πριν κανείς τα δει ανεβασμένα στην ιστοσελίδα. Αυτός είναι ο καλύτερος και ασφαλέστερος τρόπος έναρξης επικοινωνίας, χωρίς να υπάρχει το άγχος της δυσφήμισης της ιστοσελίδας από ανεπίτρεπτα σχόλια.

18. **Αναθεώρηση των ιδεών** – έχοντας τη δυνατότητα προσθήκης περιεχομένου στην ιστοσελίδα με έναν εύκολο, γρήγορο τρόπο, χωρίς την ανάγκη τεχνικών γνώσεων, μπορεί να εκπλαγεί κανείς με το τι ιδέες του << τι να προσθέσω >> δεν αποτελούν πια πρόβλημα. Δεν υπάρχουν πια όρια του τι μπορεί να ανεβάσει κανείς σε ένα blog.
19. **Αυξημένη λειτουργικότητα με χαμηλότερο κόστος** – μέσω των πρόσθετων, τα οποία απαιτούν μια στάνταρ διαδικασία εγκατάστασης τριών βημάτων, μπορεί κανείς να απογειώσει τη λειτουργικότητα της ιστοσελίδας του, πολλές φορές με μηδενικό κόστος.
20. **Παγκόσμια πλατφόρμα** – με τη σημερινή οικονομική κατάσταση, οι web designers και οι πάροχοι υπηρεσιών internet εκμηδενίζονται όλο και πιο γρήγορα. Με τα κοινά websites, πολύ σπάνια ένας νέος πάροχος θα συμφωνήσει να συνεχίσει από κει που σταμάτησε ο πρώτος designer/developer. Το αποτέλεσμα θα είναι να χρεωθεί ο νέος πάροχος τις υπηρεσίες του σαν να ξεκινούσε από το μηδέν. Αντίθετα ο καθένας με βασικές γνώσεις php και MySQL μπορεί να μπει στο site του WordPress σε δευτερόλεπτα και να κάνει ότι πρέπει να κάνει στη θέση εκείνου που το ξεκίνησε.
21. **Μειωμένη απώλεια εργασίας** – το περιεχόμενο που άλλαξε, μπορεί να αποθηκευτεί αυτόματα καθώς κανείς πληκτρολόγησε, ακόμα και αν δεν έχει δημοσιευτεί.
22. **Συμβατότητα με τα κινητά** – δε χρειάζεται η δημιουργία ενός δεύτερου website για κινητά τηλέφωνα. Το WordPress αυτόματα αναγνωρίζει αν κάποιος προβάλλει την ιστοσελίδα μέσα από έναν web browser ή μια κινητή συσκευή και διαμορφώνει την σωστή προβολή της.

3.3 Δυνατότητες του WordPress

Η παρακάτω λίστα περιλαμβάνει κάποια από τα κύρια χαρακτηριστικά και δυνατότητες του WordPress. Εντούτοις, υπάρχουν κυριολεκτικά εκατοντάδες προσθετά (plugins) που επεκτείνουν τις δυνατότητες του, επομένως η λειτουργικότητα είναι σχεδόν άπειρη. Επίσης, έχει κανείς την ελευθερία να τροποποιήσει τον κώδικα όπως επιθυμεί χωρίς κάποιο επιπλέον κόστος.

Πλήρης συμμόρφωση με τα πρότυπα: κάθε κομμάτι κώδικα του WordPress συμμορφώνεται πλήρως με τα πρότυπα του w3c, έναν διεθνή οργανισμό ανάπτυξης κανόνων και προτύπων για θέματα που αφορούν την δημιουργία ιστοσελίδων. Αυτό είναι σημαντικό,

Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

WordPress (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wordpress.org/>

όχι μόνο για την διαδραστικότητα των σημερινών browser, αλλά και για την προώθηση συμβατότητας των εργαλείων για τις επόμενες γενιές.

Δεν χρειάζεται ανοικοδόμηση: οποιεσδήποτε τυχόν αλλαγές συμβούν κατά την αλλαγή θεμάτων ή εισαγωγή δεδομένων, μπορούν να γίνουν εύκολα χωρίς την ανοικοδόμηση των στατικών σελίδων.

Οι σελίδες του WordPress : οι σελίδες επιτρέπουν σε κάποιον να διαχειριστεί το περιεχόμενο εύκολα, ώστε για παράδειγμα να έχει κάνει μια στατική σελίδα την οποία μπορεί να την διαχειριστεί μέσω του WordPress.

Τα θέματα στο WordPress : τα θέματα μπορούν να βοηθήσουν από τη σχεδίαση ενός απλού ιστολογίου μέχρι μιας σύνθεσης ιστοσελίδας. Μπορεί κανείς να έχει πολλά θέματα με τελείως διαφορετικό στυλ και να αλλάξει από το ένα στο άλλο.

Σχόλια : οι επισκέπτες της μιας ιστοσελίδας μπορούν να αφήσουν σχόλια σε ξεχωριστές αναρτήσεις, στις οποίες μπορεί ο διαχειριστής να ενεργοποιήσει ή να απενεργοποιήσει τη δυνατότητα αυτή .

Προστασία από spam : το WordPress περιέχει δυνατά εργαλεία όπως μια ενσωματωμένη μαύρη λίστα και έναν μηχανισμό ελέγχου και διαχείρισης σχολίων spam στην ιστοσελίδα καθώς και μια σωρεία από plugins που αυξάνουν αυτή την δυνατότητα.

Προστασία κωδικών : μπορεί κανείς να βάλει κωδικό σε ξεχωριστές αναρτήσεις ώστε να μην είναι ορατές στο κοινό. Υπάρχει επίσης δυνατότητα ιδιωτικών αναρτήσεων οι οποίες μπορούν μόνο να είναι ορατές στον δημιουργό τους.

Εύκολη εγκατάσταση και αναβάθμιση : αν ακολουθήσει μια φορά κανείς τα βήματα για την εγκατάσταση και την αναβάθμιση του WordPress, μετά η διαδικασία είναι πολύ εύκολη.

Έξυπνη μορφοποίηση κειμένου : πολλά συστήματα διαχείρισης περιεχομένου, αν κανείς έπρεπε να γράψει ένα τμήμα html , χαλάνε τη μορφοποίηση βάζοντας σημάνσεις μετά από κάθε νέα γραμμή χωρίς καμία διάκριση. Αυτό με το WordPress μπορεί να αποφευχθεί σε σημεία που ήδη ο προγραμματιστής έχει βάλει αλλαγές γραμμών και δικές του σημάνσεις χωρίς να ανησυχεί μη χαλάσει ο κώδικας.

Πολλαπλοί συγγραφείς : το σύστημα των χρηστών επιτρέπει μέχρι 10 επίπεδα χρηστών με διαφορετικά και τροποποιούμενα δικαιώματα σε ότι αφορά τη δημοσίευση, τροποποίηση, τις επιλογές, κ.α.

Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress>

WordPress (2018). WordPress Διαθέσιμο στο: <https://el.wordpress.org/>

Κάντε πολλά ping : το WordPress υποστηρίζει το μηχανισμό ping-o-matic, που σημαίνει ισχυρή έκθεση της ιστοσελίδας στις μηχανές αναζήτησης.

3.4 JIGOSHOP (ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ-ΕΠΕΚΤΑΣΗ)

Το JIGOSHOP είναι μία επέκταση που προσθέτει λειτουργικότητα ηλεκτρονικού εμπορίου σε δικτυακούς τόπους που έχουν αναπτυχθεί με wordpress. Εγκαθίσταται εύκολα με τον πυρήνα του να εξυπηρετεί τις βασικές λειτουργίες ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (προβολή προϊόντων, διαχείριση παραγγελιών). Ωστόσο διατίθενται μεγάλος αριθμός από πρόσθετα τα οποία μπορούν να ικανοποιήσουν μεγάλη γκάμα απαιτήσεων επιχειρηματιών που θέλουν να επενδύσουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Επίσης ο διαχειριστής του wordpress website έχει την δυνατότητα να επιλέξει από μία μεγάλη ποικιλία θεμάτων προκειμένου να δώσει στις ιστοσελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος την επιθυμητή δομή και παρουσίαση. Μπορεί να ανταποκριθεί με επιτυχία τόσο στην πώληση υλικών όσο και άυλων αγαθών. Δεν είναι τόσο δημοφιλές όσο το wp-ecoomerce και το woocommerce αλλά δεν υπολείπεται σε λειτουργικότητα. Υποστηρίζεται από αρκετά ικανοποιητικού πλήθους κοινότητα χρηστών με αποτέλεσμα ένας διαχειριστής να μπορεί εύκολά να ανακαλύπτει λύσεις σε όποια ζητήματα ανακύβουν. Η ομάδα ανάπτυξης του (wp-ecoomerce) από την ομάδα αυτή προήλθε και η ομάδα ανάπτυξης του (woocommerce) παρουσιάζεται αρκετά δραστήρια και τροφοδοτεί το διαδίκτυο συχνά με αναβαθμίσεις και νέες προτάσεις. Παρέχονται αρκετά πρόσθετα για την ενίσχυση της λειτουργικότητάς του παρά το γεγονός ότι η βασική του έκδοση παρέχει όλες τις λειτουργίες που χρειάζονται σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και μάλιστα με χαρακτηριστικά φιλικό περιβάλλον . Αποτελεί καλή επιλογή για διαχειριστές ηλεκτρονικών καταστημάτων οι οποίοι έχουν μέση εξοικείωση με το wordpress.

4 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο. Με έναν απλό ορισμό, θα μπορούσαμε να πούμε πως ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η αγορά και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις για τους καταναλωτές, χωρίς την χρήση εγγράφων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρείται παγκοσμίως ως η αγορά και πώληση προϊόντων αλλά και κάθε είδους συναλλαγή που πραγματοποιείται μόνο σε ηλεκτρονικό επίπεδο. Χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες: business to business ή B2B(Cisco), business to customer ή B2C(Amazon) και τέλος customer to customer ή C2C(eBay). Για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας συναλλαγής χρησιμοποιούνται πολύπλοκοι προγραμματιστικοί μηχανισμοί και το κατάλληλο λογισμικό το οποίο επιτρέπει την Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange- EDI) ανάμεσα στις δύο πλευρές (μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών) που εμπλέκονται στη συγκεκριμένη συναλλαγή. Με άλλα λόγια, κάθε μορφή συναλλαγής πραγματοποιείται μόνο μέσω υπολογιστών, παρακάμπτοντας τον ανθρώπινο παράγοντα και τα έγγραφα μέσα ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα την πιθανότητα λάθους και την κακόβουλη χρήση στοιχείων.

4.1 Το ιστορικό του ηλεκτρονικού εμπορίου σε δεκαετίες

ΔΕΚΑΕΤΙΑ του 70': Εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT) μεταξύ τραπεζών που χρησιμοποιούν ιδιωτικά ασφαλή δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών.

Δεκαετία του 80': Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές που παλιότερα απαιτούσαν έντυπα όπως παραγγελιές αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολο τους ηλεκτρονικά, με δομημένο τρόπο, χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick>

Στα τέλη του **80'** και αρχές του **90'**: Τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες, όπως: ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP) κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών.

Μέσα της δεκαετίας του **90'**: Η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (www) στο Internet και η επικράτηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών που χρησιμοποιούν λειτουργικά συστήματα τύπου Windows προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης λύνοντας το πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων επιτρέποντας σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις.

Τέλη της δεκαετίας του **90'**: Η καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης του περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς και η σχετική προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών-εξαγωγών και των επικοινωνιών καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

4.2 Το ηλεκτρονικό εμπόριο σήμερα

Σήμερα, πλειάδα επιχειρήσεων, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου. Στην χώρα μας, αν και υπάρχει μια σχετική καθυστέρηση, οι εξελίξεις είναι σημαντικές και υπάρχουν ήδη αρκετές εταιρίες και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Επιπλέον υπάρχουν ήδη στη Ελλάδα και εταιρίες που προσφέρουν λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου σε επιχειρήσεις που έχουν ανοίξει ή θα ήθελαν να ανοίξουν κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα. Σε κάθε περίπτωση, ο κύριος λόγος που μια επιχείρηση δραστηριοποιείται σε ηλεκτρονικό επίπεδο είναι για να προσελκύσει αγοραστικό κοινό πέρα από τα όρια της γεωγραφικής της έδρας, αυξάνοντας έτσι τις πωλήσεις των προϊόντων της και κατά συνέπεια τα έσοδά της. Νέες τεχνικές προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών μέσω internet γίνονται γνωστές, ανοίγουν νέες θέσεις εργασίας (web designers, programmers, internet marketing κτλ.), διαφημιστικά δίκτυα

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick>

αναδιανέμουν το ηλεκτρονικό χρήμα και γενικά ένας νέος κόσμος γύρω από το εμπόριο αρχίζει να δημιουργείται. Δεν είναι υπερβολή να πούμε πως ολόκληρη η παγκόσμια οικονομία αρχίζει να μεταφέρεται πια online. Ο όγκος του ηλεκτρονικού χρήματος που κινείται παγκοσμίως είναι τεράστιος. Τα κέρδη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι σημαντικά όπως επίσης και οι φόροι και τα έσοδα για το κράτος.

4.3 Η λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι επιχειρήσεις προσφέρουν στις σελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος ένα είδος on-line καταλόγου με όλα τα προϊόντα τους, με λεπτομερή χαρακτηριστικά, με πολλές φωτογραφίες και βίντεο και τις αντίστοιχες τιμές τους. Από την άλλη πλευρά, οι ηλεκτρονικοί πελάτες έχουν στην διάθεσή τους το «καλάθι» στο οποίο στοιβάζουν τα προϊόντα που επιθυμούν να αγοράσουν και έχοντας ολοκληρώσει τα ψώνια τους από το site, δίνουν την τελική παραγγελιά τους, η οποία εκτελείται αυτόματα. Οι πληρωμές όπως και οι παραγγελίες, γίνονται και αυτές ηλεκτρονικά, μέσω της πιστωτικής κάρτας του καταναλωτή η οποία χρεώνεται με το αντίστοιχο ποσό βεβαία υπάρχουν και οι περιπτώσεις που μπορείς να πληρώσεις με αντικαταβολή. Θα λέγαμε πως το ηλεκτρονικό εμπόριο στις μέρες μας απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξάρτητος με το τι προσφέρει στον καταναλωτή επιχειρήσεις για παράδειγμα που παράγουν βιομηχανικά προϊόντα και δη βιομηχανικά τα οποία δεν διακρίνονται για την μοναδικότητά τους και δεν χρειάζεται ο αγοραστής κατά κάποιο τρόπο να τα δοκιμάσει πριν τα αγοράσει όπως τα βιβλία, εισιτήρια, cd, διάφορα είδη δώρων, ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές που δεν απαιτούν κάποιο είδους test drive, προγράμματα software, καινούργια αυτοκίνητα κλπ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες

- Επιχειρήσεις : ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.
- Υπηρεσίες : ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.
- Απόσταση : ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick>

- Επικοινωνία : ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων, υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

4.4 Δυνατότητες, Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού εμπορίου

Μερικές από τις βασικές δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι εξής:

- Αναζήτηση προϊόντων ανά κατηγορία ή είδος.
- Καλάθι αγορών.
- Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να καταχωρεί τα στοιχεία του και με τη χρήση κωδικού και username να βλέπει το αρχείο των παραγγελιών.
- Διαφορετικά είδη συναλλάγματος.
- Υπολογισμός φόρων με βάση διάφορα στοιχεία (βάρος, περιοχή, κ.α.).
- Υπολογισμός εξόδων αποστολής με βάση διάφορα στοιχεία (βάρος, περιοχή, κ.α.).

Πλεονεκτήματα όσον αφορά τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι:

- Ένα ηλεκτρονικό κατάστημά παραμένει ανοικτό 24 ώρες το 24ωρο. Αυτό σημαίνει ότι οποιαδήποτε στιγμή εμείς θελήσουμε και μπορέσουμε, έχουμε την δυνατότητα να αγοράσουμε οτιδήποτε.
- Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σε σχέση με ένα φυσικό έχει χαμηλότερα έξοδα άρα κατά συνέπεια και χαμηλότερο κόστος στα προϊόντα του.
- Η αγορά πια ξεφεύγει από τα σύνορα της πόλης ή της χώρας και γίνεται παγκόσμια.
- Η συναλλαγή είναι γρήγορη και άμεση χωρίς ο καταναλωτής να περιμένει στην ουρά. Άρα, μπορούμε να πούμε πως ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει αυτό που θέλει, όποτε το θέλει και το βασικότερο από όπου θέλει, ενώ αυτός μπορεί να βρίσκεται μέσα στο σπίτι του ή στη δουλειά του.

Μερικά γενικά **μειονεκτήματα**:

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick>

- Πρόσθετο κόστος υποδομών για τις επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν σε φυσικό κατάστημα αλλά και για τους καταναλωτές.
- Δεν υπάρχει ασφάλεια όσον αφορά το περιεχόμενο κάποιων πληροφοριών και ελλιπής προστασία προσωπικών δεδομένων .
- Έλλειψη εμπιστοσύνης ανάμεσα στον έμπορο και τον καταναλωτή αφού δεν υπάρχει φυσική επαφή.
- Δεν υπάρχει φυσική επαφή ούτε στον πελάτη με το προϊόν άρα δεν μπορεί να γνωρίζει τι θα πραγματικά θα αγοράσει.

4.5 Πληρωμές στο Ηλεκτρονικό εμπόριο

4.5.1 Εισαγωγή

Η εξάπλωση του διαδικτύου και κυρίως στον τομέα του εμπορίου επέφερε και κάποιες σημαντικές αλλαγές στον τρόπο των οικονομικών συναλλαγών. Δημιουργήθηκε η ανάγκη εύρεσης νέων τρόπων για χρηματικές συναλλαγές, ασφαλείς, ταχύτερες και κατά το δυνατόν αυτοματοποιημένες. Θα ήταν αδύνατη η ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού εμπορίου αν παρέμενε ο παραδοσιακός τρόπος πληρωμών με ‘μετρητά’ και ‘επιταγές’ μιας και ο πωλητής και ο αγοραστής δεν είναι απαραίτητα σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους, δεν γνωρίζονται και δεν υπάρχει μία προσωπική επαφή. Αυτό το σοβαρό πρόβλημα οδήγησε σε κάποιες λύσεις που είναι σήμερα διαθέσιμες. Οι πιο γνωστές μέθοδοι πληρωμής σε ελληνικά και διεθνή ηλεκτρονικά καταστήματα είναι με Πληρωμή αντικαταβολή, κατάθεση του ποσού σε τραπεζικό λογαριασμό, πιστωτικές κάρτες, ηλεκτρονικές επιταγές, έξυπνες κάρτες και τέλος paypal το οποίο είναι και ευρέως αποδεκτό.

4.5.2 Πληρωμή με αντικαταβολή

Μια λύση αρκετά ασφαλής και αποδεκτή από μεγάλο κομμάτι του αγοραστικού κοινού στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η πληρωμή των αγορασθέντων προϊόντων με αντικαταβολή. Είναι αρκετά διαδεδομένη μέθοδος για συναλλαγές πωλητή-αγοραστή που βρίσκονται σε απόσταση. Με αυτόν τον τρόπο ο πωλητής στέλνει το προϊόν με ταχυδρομείο ή ιδιωτική εταιρία μεταφορών με την εντολή να παραδοθεί το προϊόν στον αγοραστή και την προϋπόθεση της καταβολής του χρηματικού ποσού στην ταχυδρομική εταιρία. Το χρηματικό

πόσο αυτό είναι η τιμή πώλησης του προϊόντος με κάποιες επιπλέον μικρές χρεώσεις που περιλαμβάνουν τα έξοδα αποστολής. Αφού η ταχυδρομική εταιρία εισπράξει το ποσό και παραδώσει το προϊόν, επιστρέφει τα χρήματά αυτά στον πωλητή. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται αρκετά από τους καταναλωτές γιατί πληρώνουν με την παραλαβή του προϊόντος, πράγμα που προσφέρει αίσθημα ασφάλειας. Αντίστοιχα και ο πωλητής απαλλάσσεται εντελώς από την διαδικασία της είσπραξης των χρημάτων, αφού την διαδικασία αυτή την αναλαμβάνει η ταχυδρομική εταιρία. Παρ' όλα αυτά υπάρχουν και μειονεκτήματα σε αυτό τον τρόπο πληρωμής. Μερικά από αυτά είναι, η πιθανή καθυστέρηση είσπραξης του αντιτίμου της αγοράς του προϊόντος από την πλευρά του πωλητή, το επιπλέον κόστος που απαιτεί συνήθως η ταχυδρομική εταιρία προκειμένου να αναλάβει την είσπραξη του ποσού της αντικαταβολής από τον αγοραστή. Επίσης αυτός ο τρόπος είναι αδύνατος στις περιπτώσεις που ο αγοραστής και ο πωλητής βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες. Ακόμα ένα μειονέκτημά είναι το γεγονός ότι σε περίπτωση που το προϊόν δεν παραληφθεί από τον αγοραστή, θα επιστραφεί στον πωλητή, ο οποίος θα πληρώσει τα έξοδα της μεταφοράς χωρίς να έχει κέρδος από το προϊόν. Τέλος ένα επιπλέον πρόβλημα είναι το ότι ο αγοραστής θα πρέπει να πληρώσει πρώτα την μεταφορική εταιρία και ύστερα να ανοίξει το πακέτο της παραγγελίας του. Έτσι δεν μπορεί να επιβεβαιώσει εξ' αρχής αν η παραγγελία του είναι σωστή.

4.5.3 Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό

Μια άλλη μέθοδος πληρωμής που εφαρμόζεται σε αγορές από απόσταση είναι η κατάθεση χρημάτων σε τραπεζικό λογαριασμό του πωλητή. Είναι αρκετά παλιά μέθοδος αλλά αρκετά χρήσιμη σε περιπτώσεις όπου η αντικαταβολή δεν ήταν εφικτή. Παρ' όλα αυτά δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος από τους αγοραστές γιατί απαιτείται η επίσκεψη σε τράπεζα με ότι αυτό συνεπάγεται από άποψη ταλαιπωρίας και χαμένου χρόνου. Επίσης ο αγοραστής έχει την αγωνία για το αν ο πωλητής θα του στείλει το προϊόν. Ακόμα ένα μείον είναι κάποια επιπλέον έξοδα προς τον αγοραστή για την αποστολή των χρημάτων, με τη μορφή προμήθειας της τράπεζας. Από την πλευρά του ο πωλητής πρέπει να ενημερωθεί και να επαληθεύσει την αποστολή χρημάτων από τον αγοραστή ώστε να στείλει το προϊόν. Αυτό συνεπάγεται μμεγάλη καθυστέρηση στην εμπορική διαδικασία. Μια μικρή παραλλαγή αυτού του τρόπου πληρωμών, είναι η κατάθεση χρημάτων μέσω των ATM των τραπεζών. Το μόνο βέβαιο που κερδίζει κανείς είναι η γρήγορη και 24ωρη εξυπηρέτηση.

4.5.4 Πιστωτικές κάρτες

Μια αρκετά δημοφιλής και σύγχρονη μορφή ηλεκτρονικών πληρωμών είναι η χρήση πιστωτικών και κάθε είδους καρτών. Σχεδόν το σύνολο των ηλεκτρονικών καταστημάτων υποστηρίζουν οπωσδήποτε μέθοδος πληρωμής με κάρτες. Οι πρώτες κάρτες που γνώρισαν την αποδοχή του κοινού ήταν οι πιστωτικές κάρτες, οι οποίες στην ουσία δίνουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να αγοράσει χωρίς να έχει άμεσα διαθέσιμα τα χρήματα. Ο καταναλωτής χρεώνεται με πίστωση και μπορεί να εξοφλήσει τα χρήματα της πίστωσης αργότερα με δόσεις, συνήθως όμως με μεγάλο επιτόκιο. Μια άλλη μορφή καρτών, οι χρεωστικές, μπαίνουν με ταχύς ρυθμούς στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι χρεωστικές κάρτες συνδέονται με έναν τραπεζικό λογαριασμό και όταν ο καταναλωτής επιθυμεί μία αγορά ενός προϊόντος, βάζει το ακριβές χρηματικό ποσό στον λογαριασμό του και το ποσό αυτό μεταφέρεται άμεσα στον λογαριασμό του πωλητή. Η κάρτα αυτή έχει το πλεονέκτημα ότι προστατεύει τον καταναλωτή από ανεξέλεγκτες αγορές και ταυτόχρονα από την υπέρογκη χρέωση για την αγορά ενός προϊόντος. Οι πληρωμές με κάρτες προσφέρουν αρκετά πλεονεκτήματα. Η συναλλαγή ολοκληρώνεται άμεσα, ότι ώρα θελήσουμε μιας και ο έλεγχος και η μεταφορά των χρημάτων γίνεται αυτοματοποιημένα. Αυτή η γρήγορη και εύκολη μέθοδος πληρωμής είναι ένας σημαντικός λόγος για την μεγάλη αποδοχή τους από το κοινό. Όμως θα δούμε πως η εύκολη ορθολογική χρήση τους ανοίγει εύκολα κάποια παράθυρα σε επιτήδειους για απάτες με τη βοήθεια των καρτών αυτών.

4.5.5 Έξυπνες κάρτες (smart cards)

Οι έξυπνες κάρτες αποτελούν εξέλιξη των καρτών μαγνητικής λωρίδας (παθητικό μέσο αποθήκευσης, τα περιεχόμενα του οποίου μπορούν να διαβαστούν και να αλλαχθούν). Οι έξυπνες κάρτες μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης και χειρισμού ηλεκτρονικών υπογραφών για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Σήμερα επικρατεί η λανθασμένη εντύπωση ότι οι Smart Cards είναι τραπεζικές ή πιστωτικές κάρτες, με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία, το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση. Μια έξυπνη κάρτα έχει το μέγεθος μιας κανονικής πιστωτικής κάρτας, στην οποία έχει ενσωματωθεί ένα ολοκληρωμένο κύκλωμα (chip). Το chip αυτό συνήθως είναι ένας μικροεπεξεργαστής. Το βασικότερο πλεονέκτημα τους είναι ότι είναι εξαιρετικά δύσκολο να αντιγραφούν.

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο

Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο: <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick>

5 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Η ευρεία διάδοση του διαδικτύου, ως ένα παγκόσμιο μέσο μεταφοράς και ανταλλαγής πληροφοριών επιτρέπει στους χρήστες του, καθώς και στις σύγχρονες επιχειρήσεις τη χρησιμοποίηση του για άμεση επικοινωνία, είτε με σκοπό την κοινωνική επαφή, είτε με συνεργάτες και προμηθευτές με σκοπό τη διεκπεραίωση εμπορικών συναλλαγών.

Είναι αντιληπτό ότι σε αυτή τη ραγδαία ανάπτυξη του, οφείλονται διάφορα προβλήματα ασφάλειας πληροφοριών, που αφορούν στην εξασφάλιση της εμπιστευτικότητας – μυστικότητας, ακεραιότητας και διαθεσιμότητας των διακινούμενων δεδομένων. Συγκεκριμένα για να γίνει αντιληπτή η φύση των προβλημάτων αναπτύσσουμε τους όρους

1. Εμπιστευτικότητα : Είναι έννοια στενά συνδεδεμένη με την ιδιωτικότητα και την μυστικότητα. Αναφέρεται στην μη αποκάλυψη των ευαίσθητων πληροφοριών σε χρήστες που δεν έχουν κατάλληλη εξουσιοδότηση.
2. Ακεραιότητα : Αφορά την δυνατότητα τροποποιήσεων των πληροφοριών. Το σύστημα θα πρέπει να επιτρέπει τέτοιες ενέργειες μόνο σε κατάλληλα εξουσιοδοτημένους χρήστες . Με αυτόν τον τρόπο διαφυλάσσεται η ακρίβεια και η πληρότητα των διακινούμενων δεδομένων.
3. Διαθεσιμότητα: Αναφέρεται στην δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στις πληροφορίες , στις υπηρεσίες και γενικότερα σε όλους τους πόρους της πληροφορικής τεχνολογίας όταν ζητούνται, χωρίς αδικαιολόγητες καθυστερήσεις

Είναι κατανοητό λοιπόν ότι κάθε μεταφορά πληροφορίας, θα πρέπει σαφώς να είναι ασφαλής και αξιόπιστη. Ειδάλλως οι χρήστες του διαδικτύου δεν θα έχουν την πεποίθηση ότι η επικοινωνία τους και τα δεδομένα που ανταλλάσσουν, είναι ασφαλής από μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση ή παραποίηση, γεγονός που αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στο να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως μέσο διακίνησης κρίσιμων πληροφοριών τους όπως π.χ αριθμός πιστωτικών καρτών. Οι ασφαλείς συναλλαγές είναι καθοριστικά σημαντικές, διότι καθιερώνουν την εμπιστοσύνη για την οποιαδήποτε ηλεκτρονική εταιρεία. Θα ήταν

παράλειψη να μην αναφερθεί, ότι σε κάθε επαγγελματική επικοινωνία υπάρχουν τέσσερα πράγματα που πρέπει απαραίτητως να πιστοποιηθούν, για να οριστεί εμπιστοσύνη :

1. Η ταυτότητα κάθε ομάδας που επικοινωνεί
2. Η εγγυημένη μυστικότητα των συναλλαγών
3. Η πίστη ότι η συναλλαγή δεν έχει τροποποιηθεί
4. Δεν αμφισβητείται το γεγονός ότι η συναλλαγή έχει πραγματοποιηθεί

5.1 Κίνδυνοι ηλεκτρονικών συναλλαγών

Προκειμένου να εστιάσουμε στους κινδύνους που απειλούν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές θα πρέπει να ορίσουμε τι εστί κίνδυνος.

Κίνδυνος λοιπόν, είναι κάθε απειλή που σκοπός έχει να βλάψει την ακεραιότητα των ηλεκτρονικών συναλλαγών και να εκμεταλλευτεί οπουδήποτε πληροφορία, που πρέπει να αποκομίσει παραβιάζοντας την ιδιωτικότητά τους. Οι κίνδυνοι που υπάρχουν κατά την διάρκεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι :

- Η υποκλοπή δεδομένων, δηλαδή η αποκάλυψη πληροφοριών. Το γεγονός αυτό, συμβαίνει όταν ο χρήστης καταφέρει να υποκλέψει δεδομένα που μεταδίδονται σε μια διαδικτυακή επικοινωνία. Ενδεχόμενη ζημία σε αυτή την περίπτωση είναι η παράνομη υποκλοπή μπορεί να προξενήσει βλάβη, τόσο ως παραβίαση ιδιωτικής ζωής των ατόμων όσο και ως μέσω εκμετάλλευσης των δεδομένων που έχουν υποκλαπεί, όπως συνθηματικών ή στοιχείων από πιστωτικές κάρτες για εμπορικό κέρδος ή δολιοφθορά .
- Η καταστροφή/ αλλοίωση δεδομένων , δηλαδή όταν ο χρήστης τροποποιεί ή πλαστογραφεί δεδομένα, καθώς και όταν εισάγει παραποιημένα και πλαστά δεδομένα σε μεταδιδόμενα μηνύματα.
- Οι απάτες , η περίπτωση που κάποιος έχει μπει στο σύστημα κάποιου ηλεκτρονικού καταστήματος και έχει γράψει στοιχεία για ανύπαρκτες συναλλαγές ή τροποποιεί τη διεύθυνση παράδοσης κάποιας παραγγελίας με σκοπό το προϊόν να πάει αλλού.
- Η άρνηση εξυπηρέτησης, όταν ένας χρήστης ενεργεί με σκοπό να αποτρέψει τη διάθεση πόρων και υπηρεσιών προς νόμιμους χρήστες. Στα δικτυακά περιβάλλοντα, είναι συνηθισμένη η παρεμπόδιση τη μετάδοση πληροφοριών, είτε με τη μετατροπή

Wikipedia (2018). Τεχνολογίες και ασφάλεια στο διαδίκτυο στο:

<https://el.wikipedia.org/wiki/τεχνολογιεςκαιασφαλεια>

τους, είτε με την μετατροπή τους. Επιπλέον, η κατανάλωση, κλοπή και καταστροφή των πόρων είναι και αυτά παραδείγματα κινδύνων αυτού του είδους, δηλαδή τις ρωγμές διαθεσιμότητας. Ενδεχόμενη ζημία στην άρνηση εξυπηρέτησης είναι επιθέσεις που έχουν σαν στόχο να προκαλέσουν προβλήματα στη λειτουργία του συστήματος ή του δικτύου που πλήττουν ώστε να το εμποδίσουν να προσφέρει τις υπηρεσίες για τις οποίες είναι προορισμένο στους νόμιμους χρήστες.

- Η μεταμφίεση, όταν ένας χρήστης υποκρίνεται ότι είναι κάποιος άλλος προκειμένου να μπορεί να κλέψει πληροφορίες ή να εκμεταλλευτεί υπηρεσίες ή να εκκινήσει συναλλαγές που προκαλούν οικονομικές απώλειες ή δυσχέρειες σε οργανισμούς. Ενδεχόμενη ζημία στην μεταμφίεση χρηστών είναι η παραπλάνηση ατόμων φορέων, είναι επιζήμια με διαφορετικούς τρόπους. Οι πελάτες ενδέχεται να τηλεφορτώσουν κακόβουλο λογισμικό, από δικτυακό τόπο που παρουσιάζεται ως έμπιστη πηγή. Ενδέχεται να δοθούν εμπιστευτικές πληροφορίες σε λάθος άτομα. Η παραπλάνηση, είναι δυνατόν να οδηγήσει σε άρνηση αναγνώρισης ηλεκτρονικών συμβάσεων. Η μεγαλύτερη ίσως ζημία είναι το γεγονός, ότι η έλλειψη επαλήθευσης ταυτότητας αποτρέπει δυνητική πελατεία.
- Τα αυτόματα κακόβουλα προγράμματα όπως οι ιοί, τα σκουλήκια που τα συγκεκριμένα αποτελούν την μεγαλύτερη απειλή.

5.2 Λύσεις που διασφαλίζουν τις ηλεκτρονικές μας συναλλαγές στο διαδίκτυο

Όταν συνδεόμαστε με το διαδίκτυο, είτε ανήκουμε σε κάποια ηλεκτρονική εταιρεία, είτε ως απλοί χρήστες, συνδεόμαστε με εκατομμύρια άλλα δίκτυα και δισεκατομμύρια άλλους χρήστες. Η σύνδεση αυτή μας επιτρέπει να έχουμε μια κοινή μεγάλη ποσότητα πληροφοριών. Το πρόβλημα τίθεται, διότι υπάρχουν πληροφορίες που πρέπει να είναι εμπιστευτικές, δηλαδή να μην διατίθενται σε όλους. Παρόλα αυτά πολλοί χρήστες βρίσκουν τρόπους για να καρπώνονται την οποιαδήποτε πληροφορία, έστω και αν αυτή είναι απόρρητη. Ο σκοπός οποιασδήποτε λύσης ασφάλειας, είναι να εμποδίσει οποιοδήποτε να κλέψει, να καταστρέψει ή με κάποιον άλλον τρόπο να φτάσει σε ευαίσθητες πληροφορίες. Η ασφάλεια μιας εταιρείας είναι πραγματικά διπλής όψης: εμπιστευτικές πληροφορίες και ακεραιότητα. Με άλλα λόγια ένα σύστημα ασφάλειας χρησιμεύει για να εμποδίσουμε κάποιον να επιτίθεται να αποσπάσει ή να καταστρέψει τα δεδομένα που υπάρχουν σε ένα

Wikipedia (2018). Τεχνολογίες και ασφάλεια στο διαδίκτυο στο:

<https://el.wikipedia.org/wiki/τεχνολογιεςκαιασφαλεια>

δίκτυο και να σταματήσει κάποιον που επιτίθεται προκειμένου να προσβάλει την υπόληψη της εταιρείας.

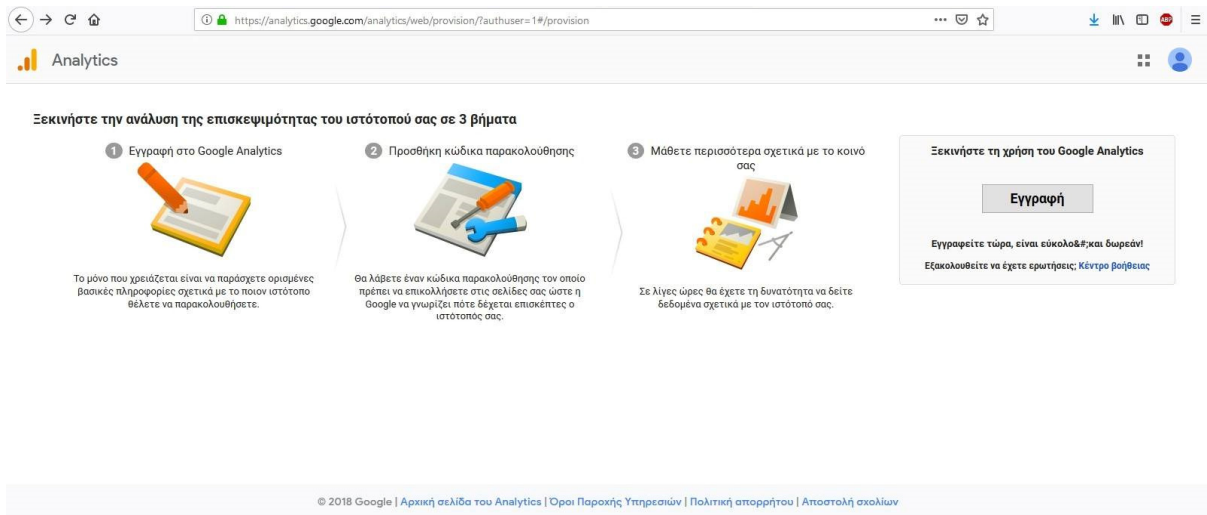
Έχοντας λοιπόν αναλύσει που αποσκοπεί κάθε λύση ασφαλείας και αφού έχουμε προαναφέρει τους κινδύνους που αντιμετωπίζουμε τα άτομα από την σύνδεση τους με το διαδίκτυο, αναφέρουμε τις πιθανές λύσεις που θα τους προστατέψουν από οποιαδήποτε απειλή .

- Ψηφιακά πιστοποιητικά : παρέχουν προστασία από τη αδυναμία απάρνησης, δηλαδή από τη μη ανάληψη ευθύνης ενός αποστολέα ότι εκείνος έστειλε συγκεκριμένα δεδομένα , καθώς και από την άρνηση ενός παραλήπτη ότι παρέλαβε κάποια δεδομένα. Η υπηρεσία αυτή είναι διαθέσιμη, από το συνδυασμό των άνωθεν μηχανισμών προστασίας ακεραιότητας δεδομένων , με υποδομές υποστήριξης και διακίνησης ψηφιακών πιστοποιητικών. Εποπτείες ή αρχές πιστοποίηση αναλαμβάνουν την ευθύνη , ως τρίτες έμπιστες οντότητες τη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ των επικοινωνούντων μεριών .
- Αναγνώριση και πιστοποίηση : η απαίτηση πληροφοριών πιστοποίησης, που διακινούνται συνήθως κρυπτογραφημένα είναι αυτές που μπορούν να επιβεβαιώσουν την ταυτότητα των δυο μεριών που επικοινωνούν. Ο έλεγχος αυθεντικότητας αφορά δυο διακεκριμένες περιπτώσεις. Η πρώτη περίπτωση είναι η ταυτότητα των χρηστών και δεύτερον την ταυτότητα των συστημάτων ως αφετηρίες πηγές προέλευσης μηνυμάτων
- Έλεγχος προσπέλασης και εξουσιοδοτήσεις : η προστασία ενάντια σε μη εξουσιοδοτημένη χρήση των πόρων, είτε είναι υλικό, είτε λογισμικό, είτε δεδομένα. Μηχανισμοί όπως οι λίστες ελέγχου προσπέλασης και οι ετικέτες ασφαλείας, χρησιμοποιούνται για τον περιορισμό της προσπέλασης πόρων. Τα δικαιώματα προσπέλασης είναι οι απαραίτητες πληροφορίες που συσχετίζουν ένα σύστημα πελάτη, με ένα σύστημα διανομέα και καθορίζουν αν ο πελάτης θα αποκτήσει συγκεκριμένου τύπου προσπέλασης, σε ένα συγκεκριμένο πόρο του διανομέα. Βέβαια στη περίπτωση του διαδικτύου πολύ συχνά, ανάλογα με τη χρονική στιγμή, οι ρόλοι αλλάζουν και ο διανομέας λειτουργεί ως πελάτη και το αντίστροφο. Η ασφάλεια οφείλει κάθε φορά να βλέπει και προς τις δυο κατευθύνσεις ροής πληροφοριών.

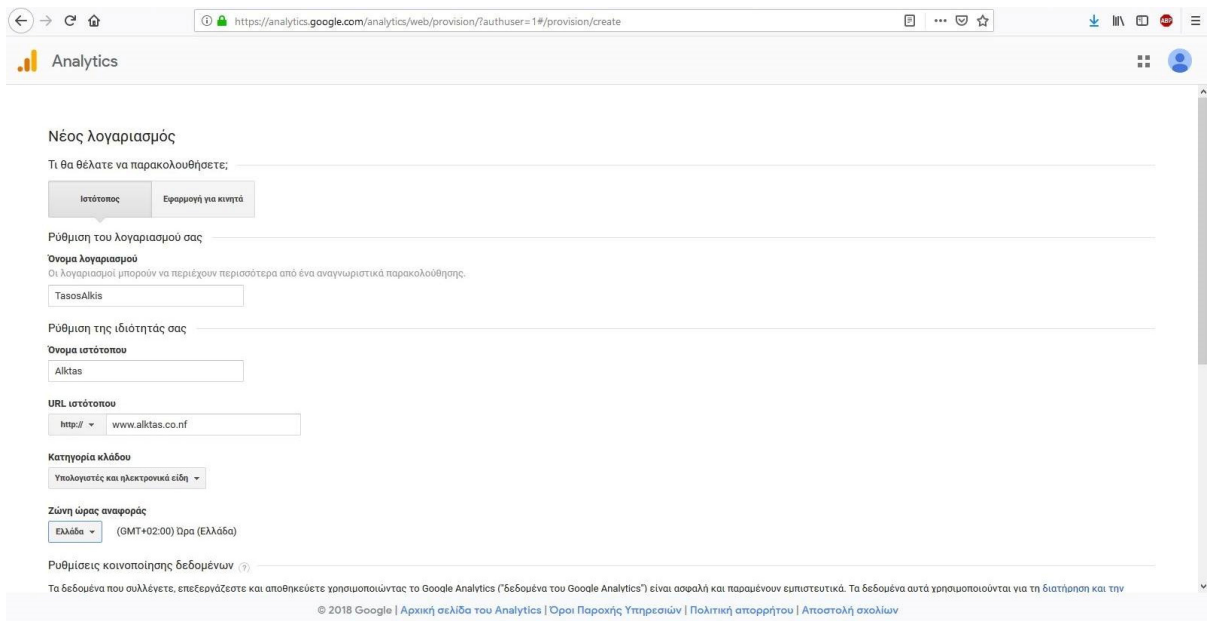
- Υποστήριξη συνεργασία των υπηρεσιών ασφαλείας που προσφέρονται από εφαρμογές : οι εφαρμογές που εκτελούνται στο διαδίκτυο, διαθέτουν ενδεχομένως χαρακτηριστικά ασφαλείας που πρέπει να μπορούν να κληθούν και να λειτουργήσουν με ενιαίους τρόπους. Η έννοια υποστήριξης ενός βασικού πλαισίου συνεργασίας ασφαλών εφαρμογών, προωθείται μέσω τεχνολογιών generic security service API, generic cryptographic service API και audit service API
- Antivirus: είναι ο κύριος τρόπος άμυνας, δηλαδή το λογισμικό κατά των ιών, που διατίθεται σε διάφορες μορφές, για παράδειγμα σαρωτές ιών και απολυμαντές, που εντοπίζουν και αχρηστεύουν γνωστούς ιούς. Το κύριο ελάττωμα τους είναι ότι δεν εντοπίζουν εύκολα νέους ιούς, ακόμα και με τακτική ενημέρωση. Άλλο παράδειγμα άμυνας κατά των ιών είναι ο ελεγκτής ακεραιότητας. Για να μπορέσει ένας ιός να προσβάλει έναν υπολογιστή, θα πρέπει να αλλάξει κάτι στο σύστημα αυτό. Ο έλεγχος ακεραιότητας θα μπορούσε να εντοπίζει τις εν λόγω αλλαγές, ακόμα και αν έχουν προκληθεί από άγνωστους ιούς.
- Firewalls: η πλέον κοινή μέθοδος προστασίας έναντι μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης είναι οι έλεγχοι συνθηματικού και η εγκατάσταση firewall. Ωστόσο, με αυτά παρέχεται περιορισμένη μόνο προστασία και πρέπει να συμπληρώνεται και από άλλους ελέγχους ασφαλείας, όπως αναγνώριση επιθέσεων, η ανίχνευση παρείσφρησης και οι έλεγχοι στο επίπεδο εφαρμογής.

6 SOCIAL MEDIA, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION ΚΑΙ GOOGLE ANALYTICS

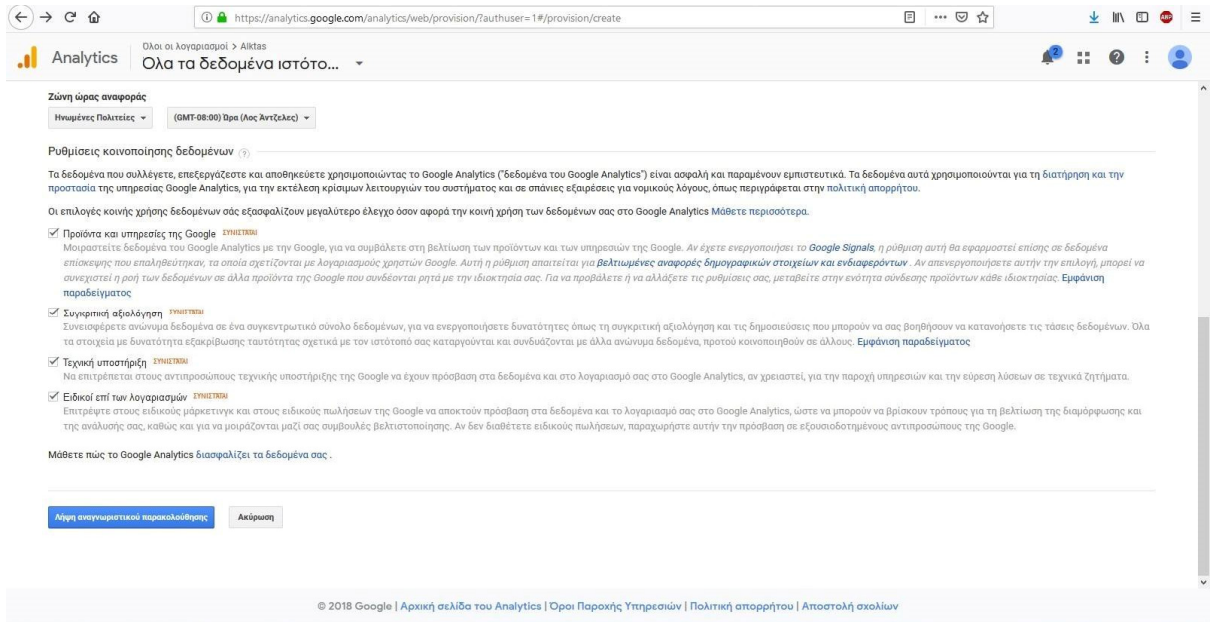
6.1 Google analytic



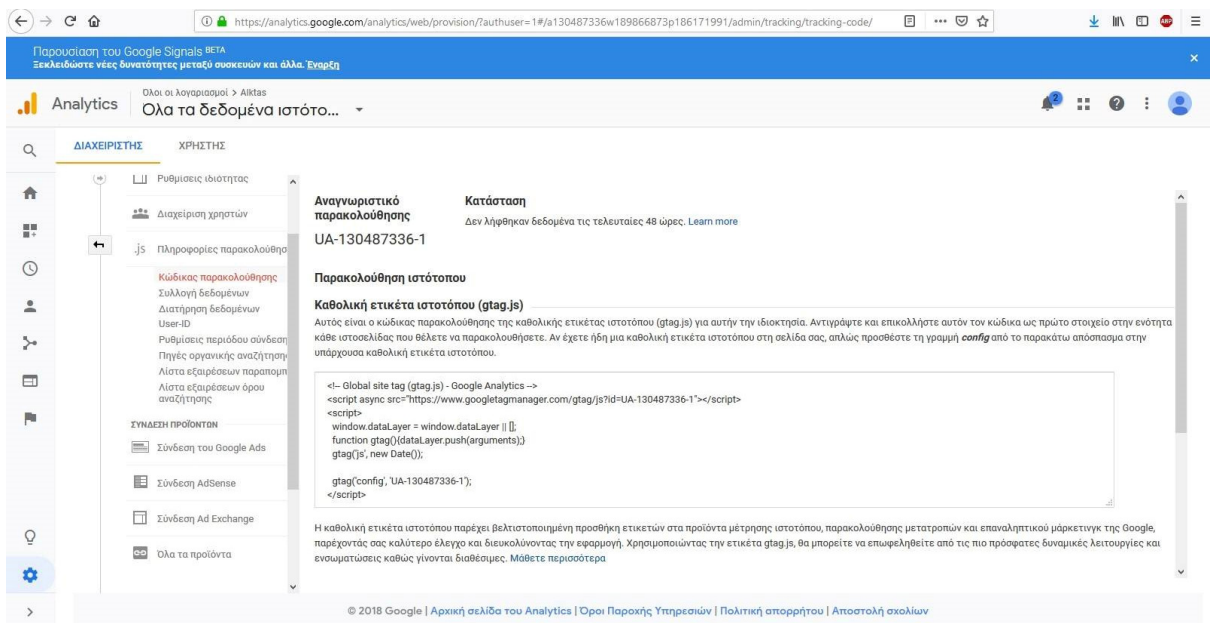
Εικόνα 1: Μπαίνουμε στον σύνδεσμο <https://analytics.google.com/analytics/web/provision> και πατάμε εγγραφή.



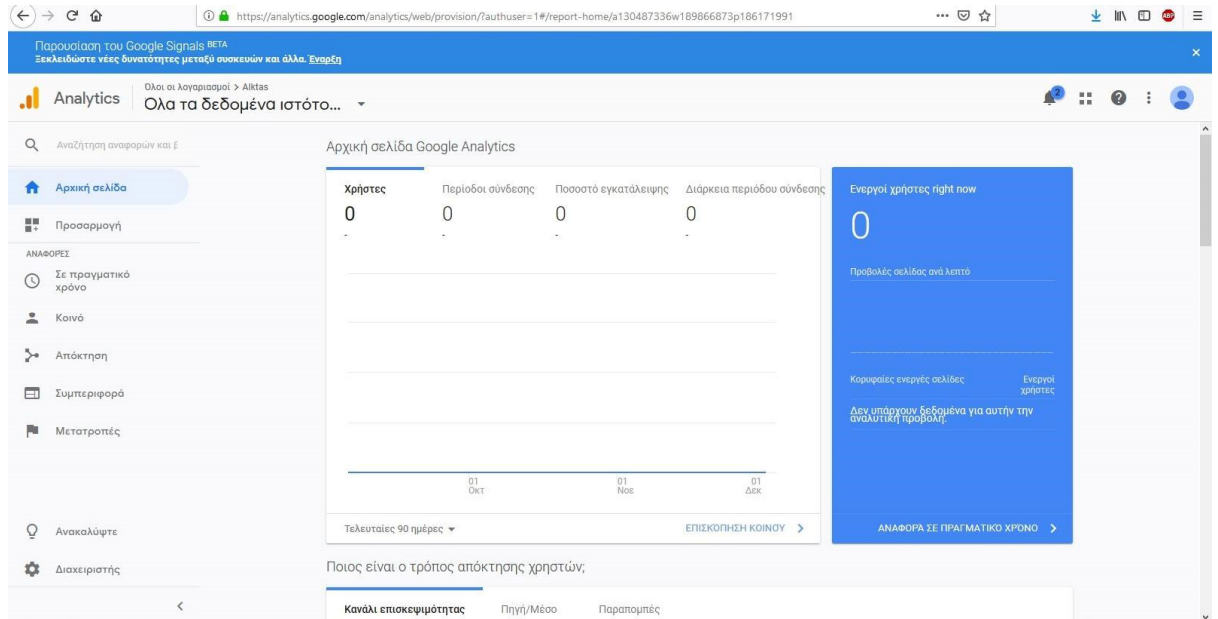
Εικόνα 2: Συμπληρώνουμε τα στοιχεία του e-shop μας στην φόρμα που μας εμφανίζεται.



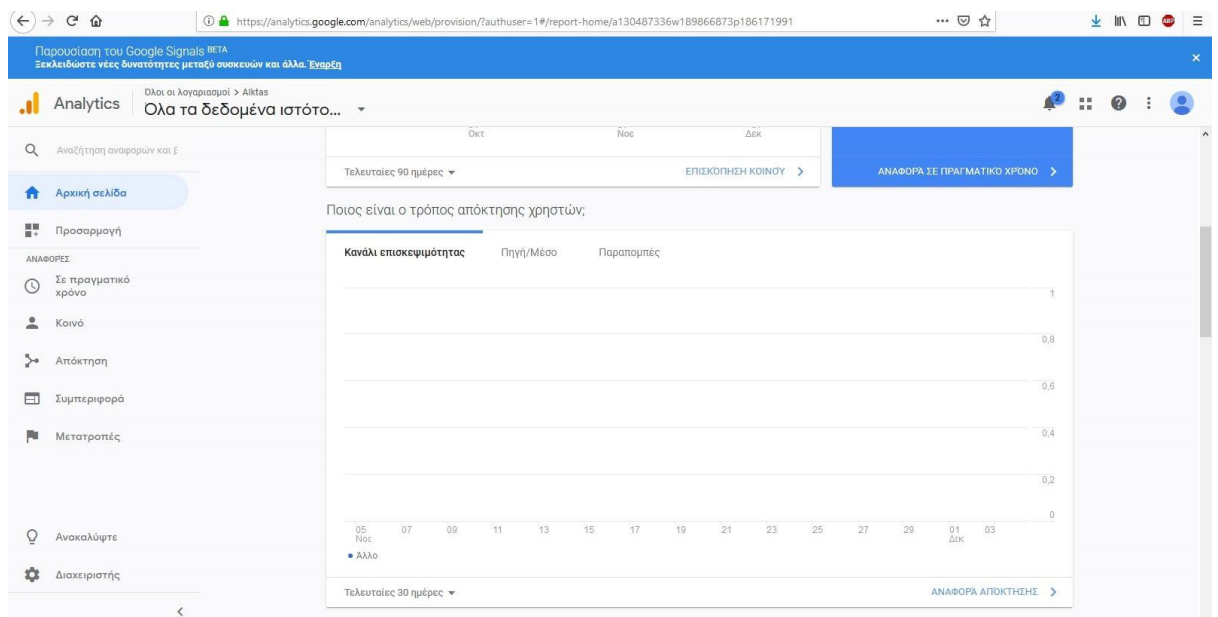
Εικόνα 3: Επιλέγουμε χώρα έτσι ώστε να ρυθμιστεί η ώρα και έπειτα κάνουμε λήψη αναγνωριστικού παρακολούθησης.



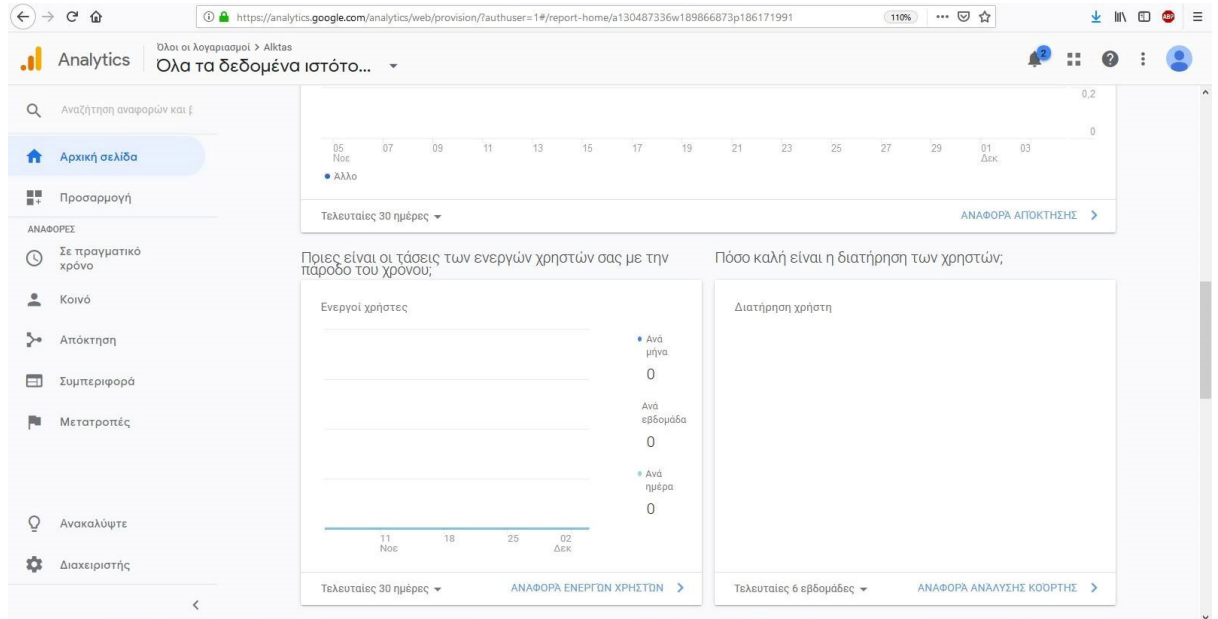
Εικόνα 4: Στην συνέχεια εμφανίζεται το αναγνωριστικό παρακολούθησης.



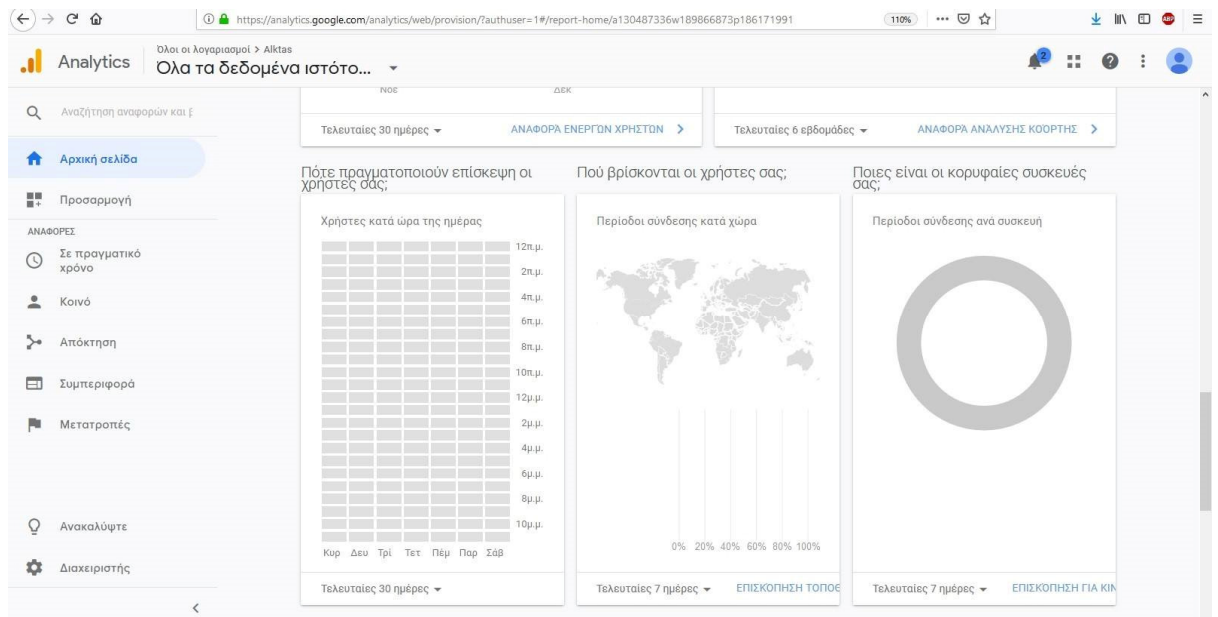
Εικόνα 5: Αφού ολοκληρωθεί η διαδικασία με το αναγνωριστικό παρακολούθησης μας εμφανίζει έναν πίνακα με τους χρήστες όπου παρακολουθούν την ιστοσελίδα μας.



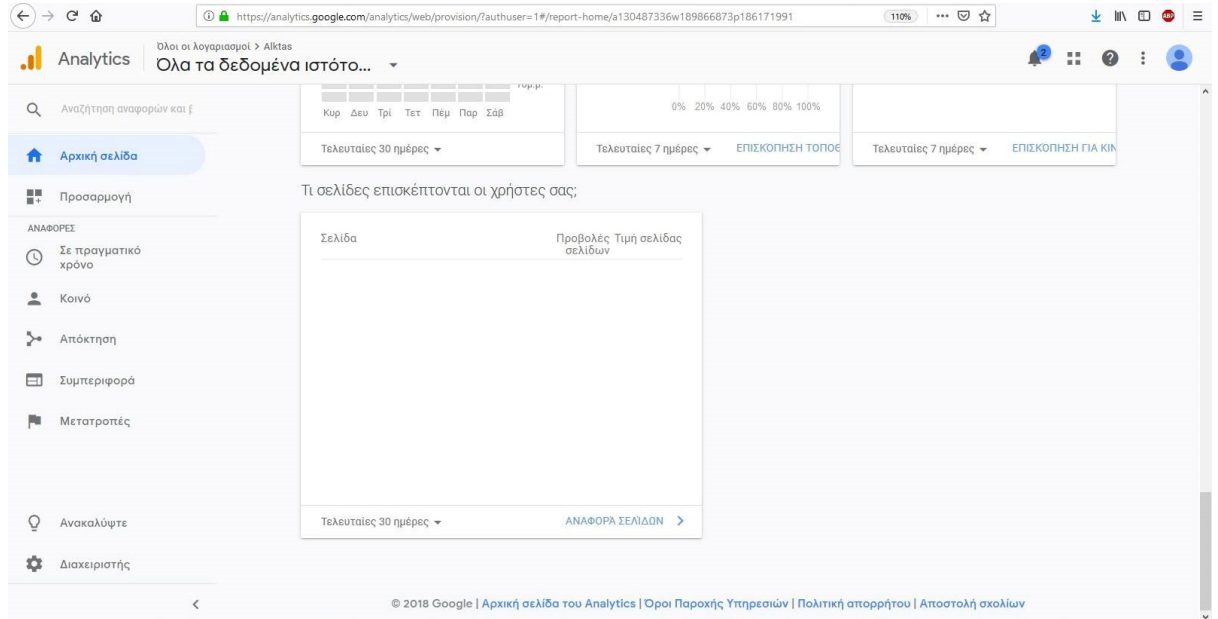
Εικόνα 6: Μας εμφανίζει στοιχεία για τον τρόπο απόκτηση χρηστών.



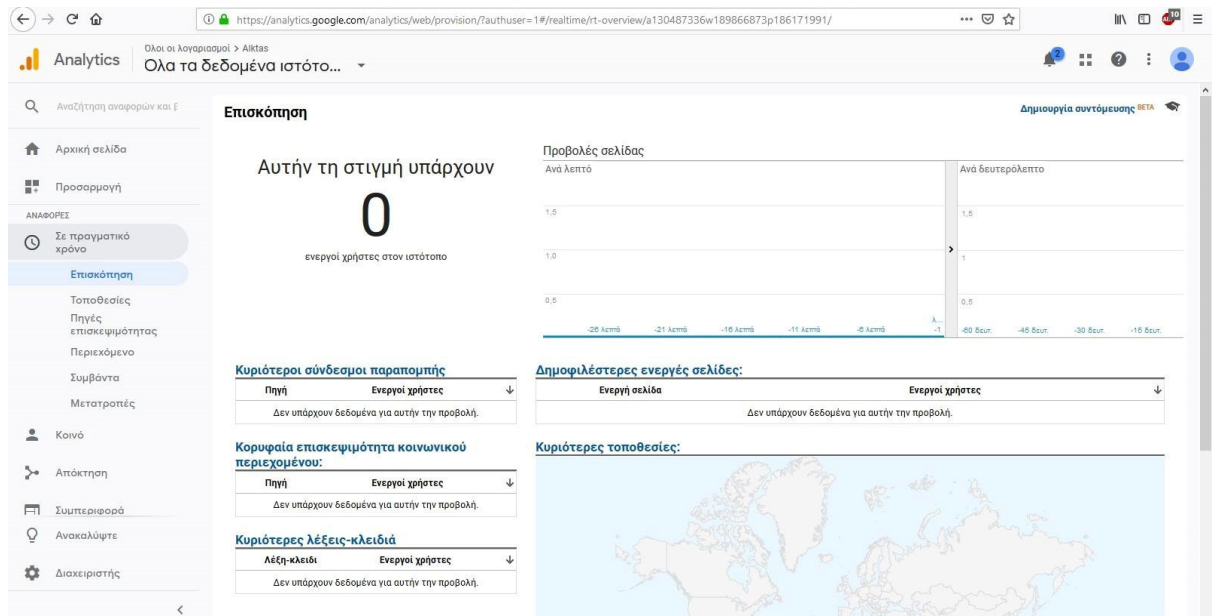
Εικόνα 7: Επιπλέον μας εμφανίζει την τάση των ενεργών χρηστών με την πάροδο του χρόνου.



Εικόνα 8: Εμφανίζει πότε πραγματοποιούν επίσκεψη οι χρήστες μας, που βρίσκονται οι χρήστες μας και ποιες είναι οι κορυφαίες συσκευές μας.

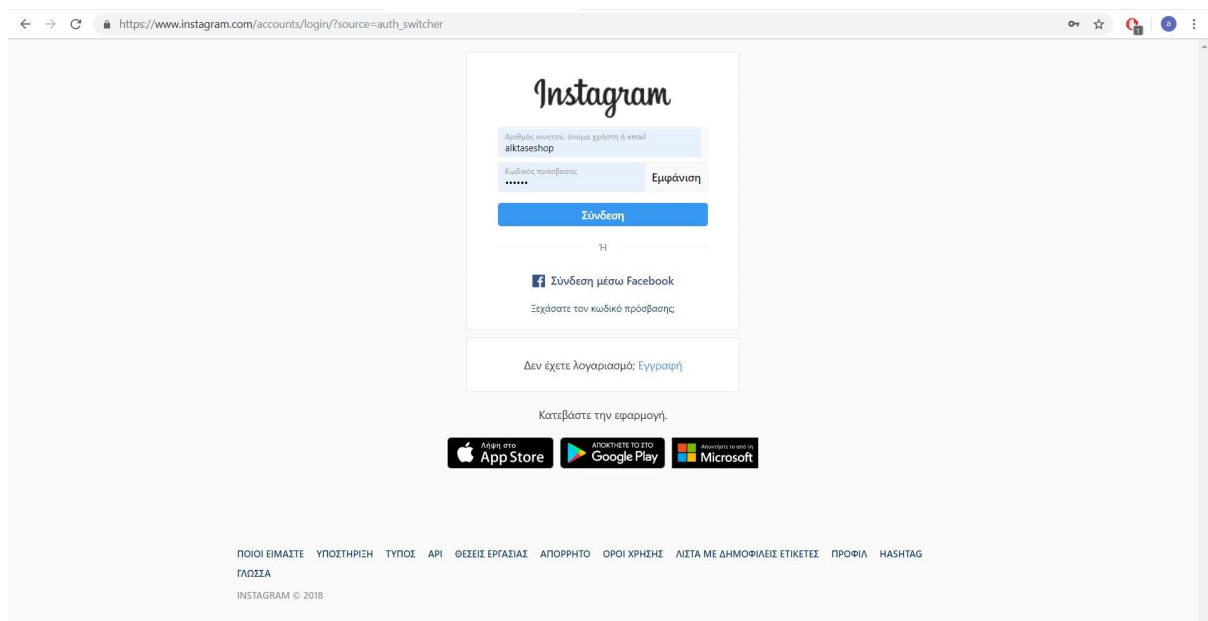


Εικόνα 9: Επιπλέον σε ποιες σελίδες μπαίνουν οι χρήστες μας.

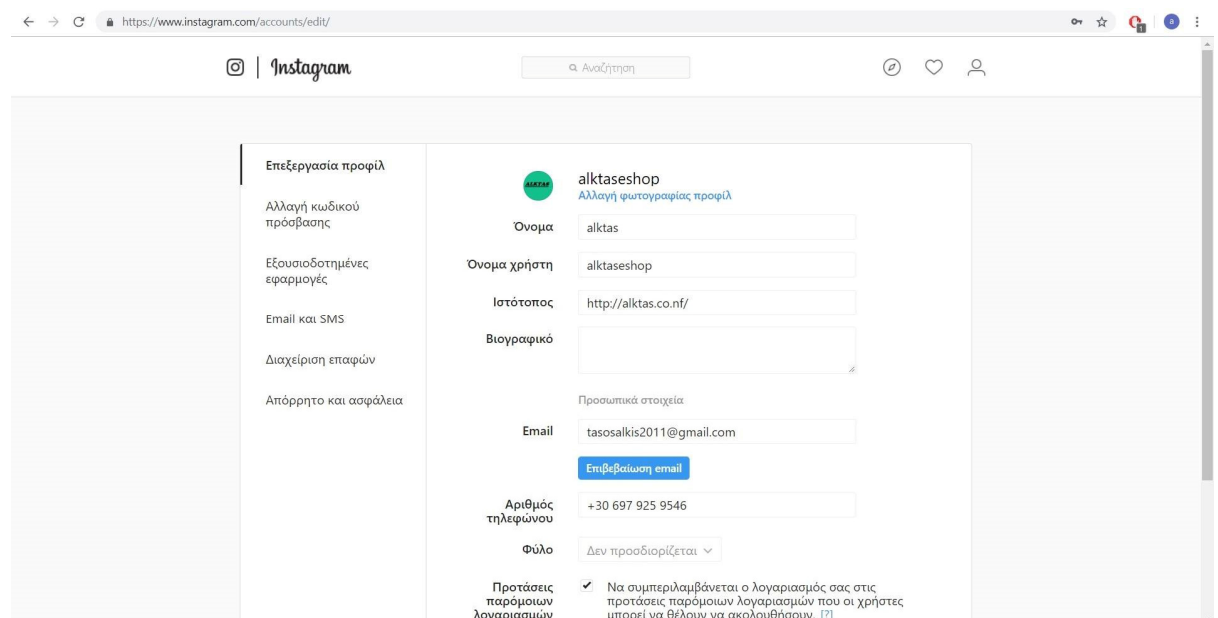


Εικόνα 10: Και στο τέλος πραγματοποιεί μια επισκόπηση όσον αφορά τους επισκέπτες μας.

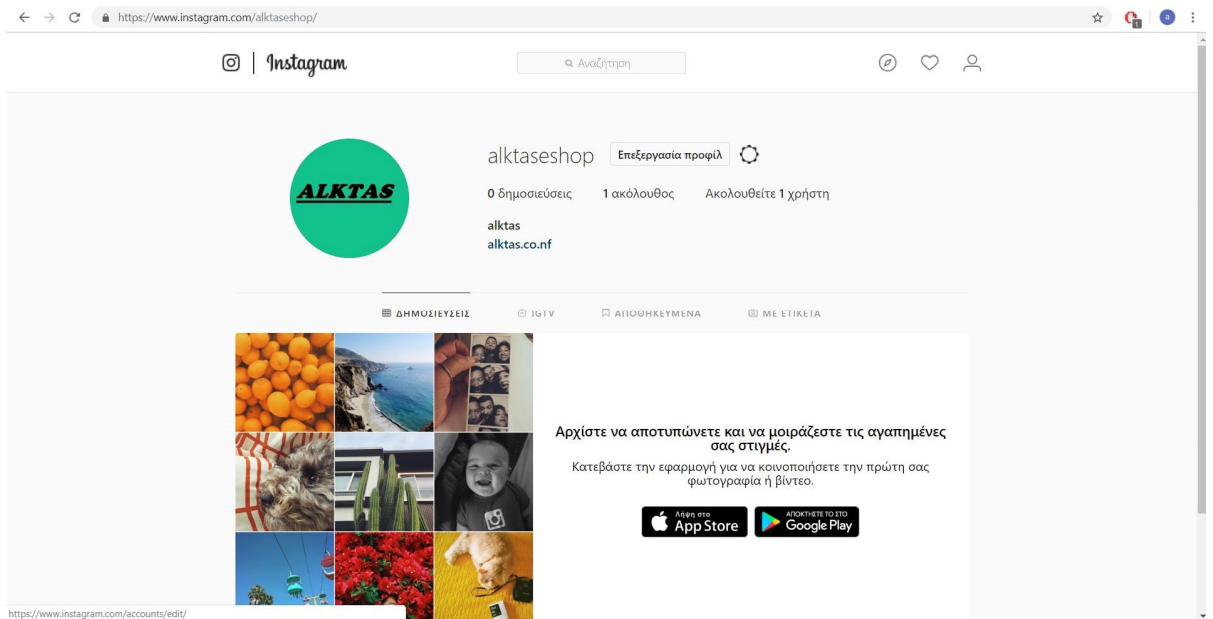
6.2 Social media



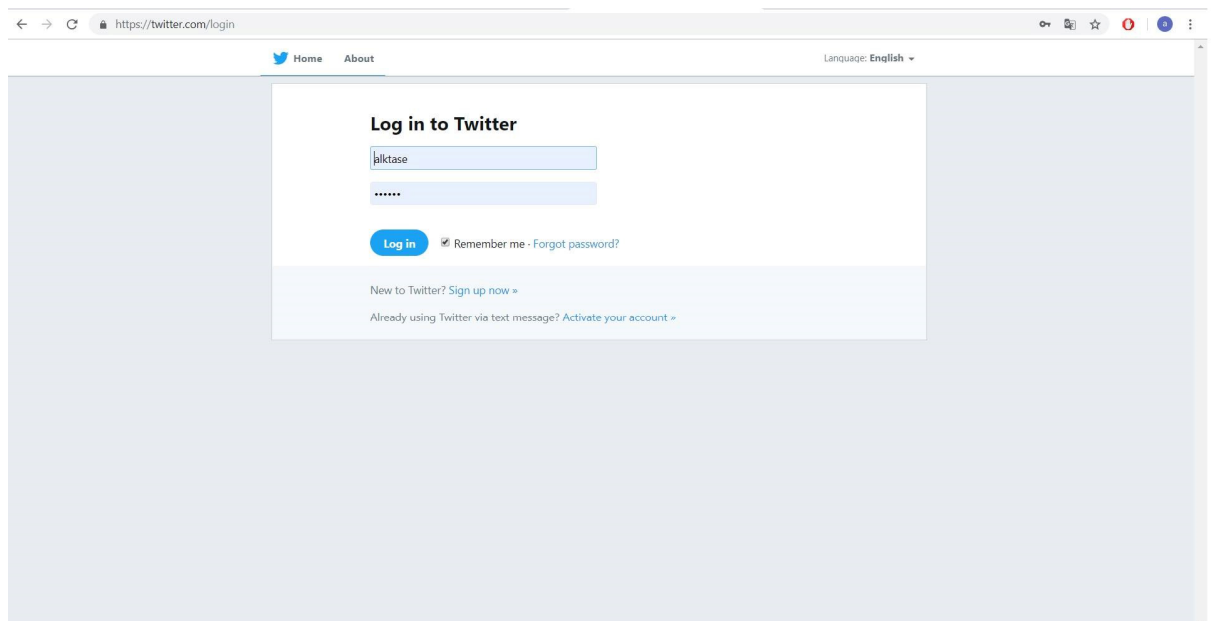
Εικόνα 11: Δημιουργία λογαριασμού και είσοδος στο <https://www.instagram.com/>



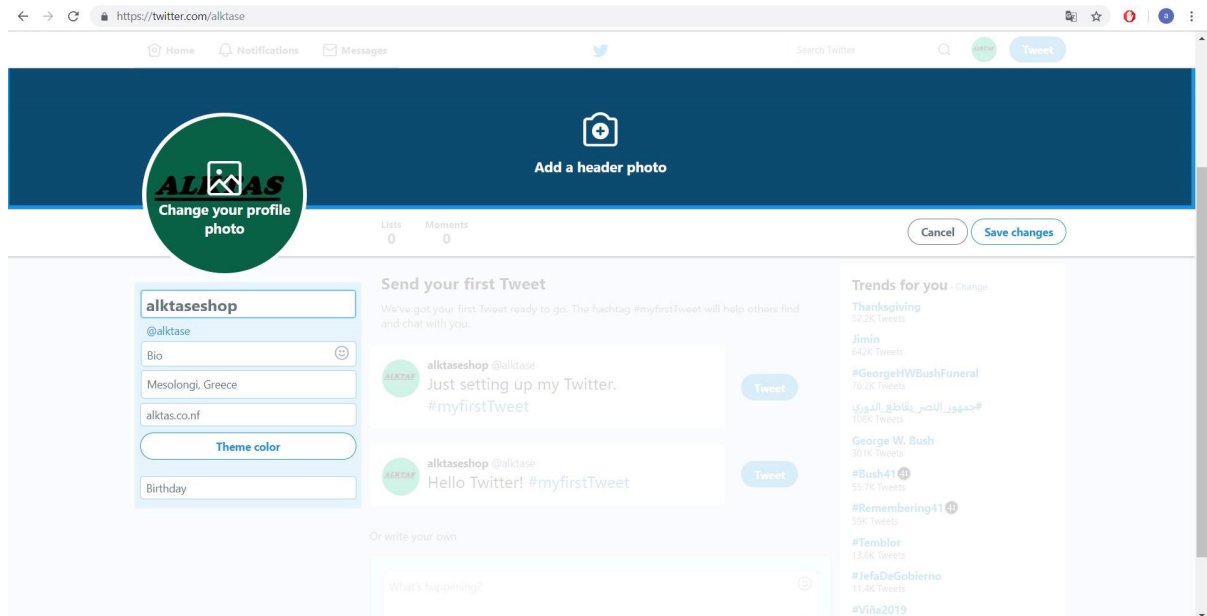
Εικόνα 12: Αφού συνδεθούμε πηγαίνουμε στις ρυθμίσεις του Instagram και συμπληρώνουμε κάποια απαραίτητα στοιχεία.



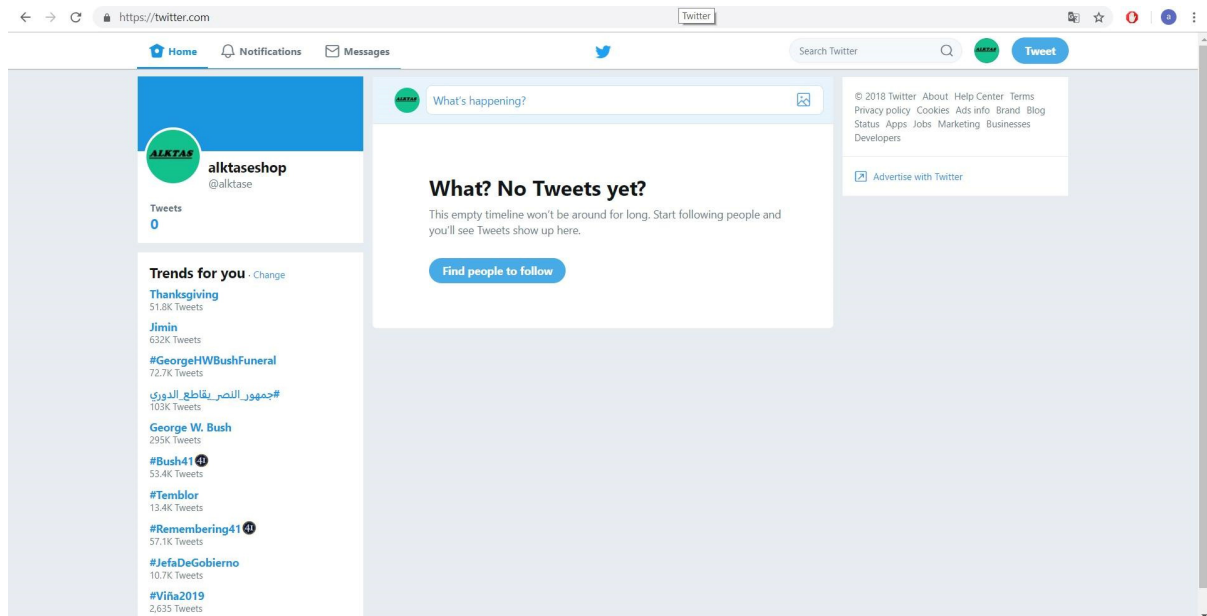
Εικόνα 13: Και εδώ βλέπουμε την αρχική σελίδα του site στο Instagram.



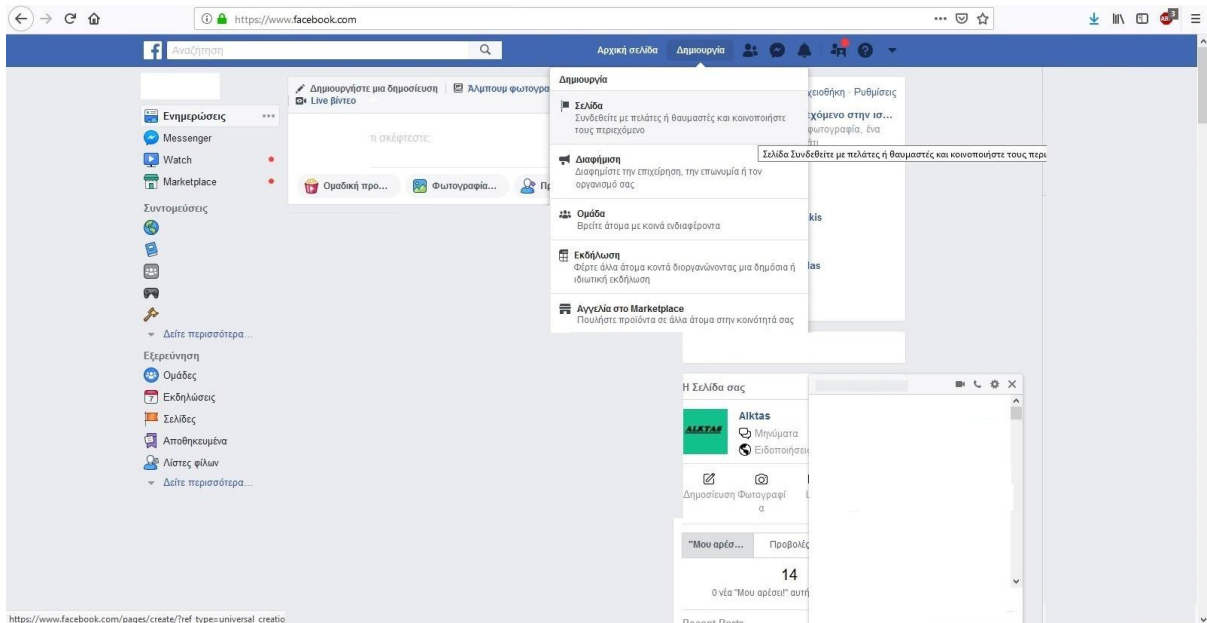
Εικόνα 14: Δημιουργήσαμε σελίδα και στο twitter και κάνουμε log in.



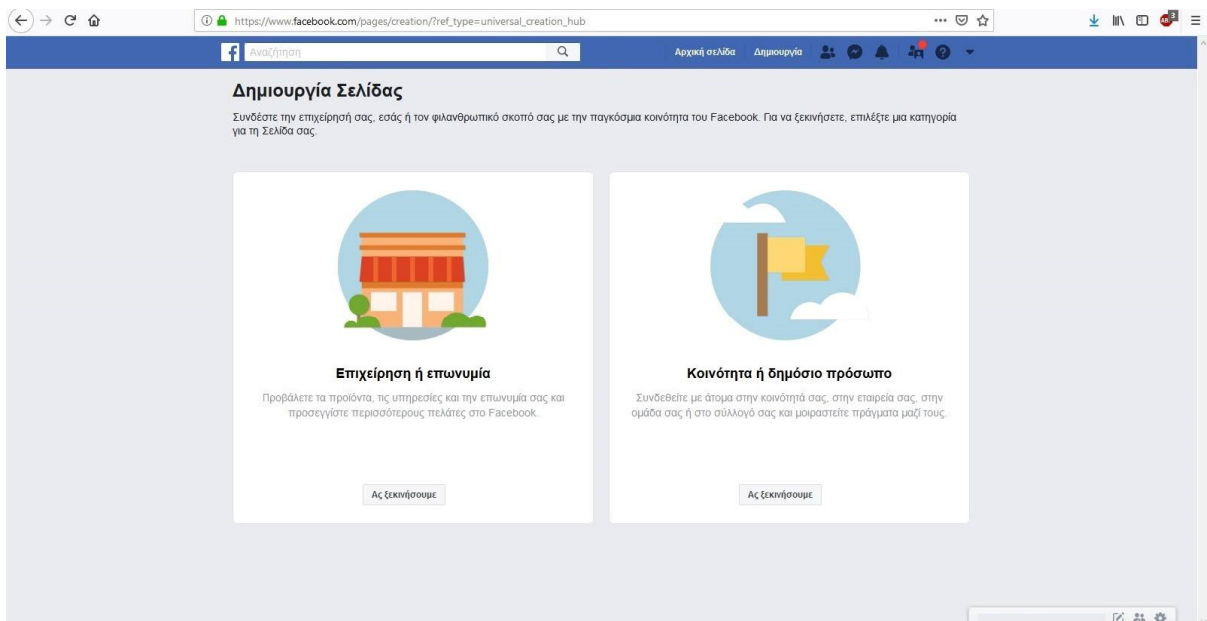
Εικόνα 15: Συμπληρώνουμε κάποια στοιχεία για το site μας στο twitter.



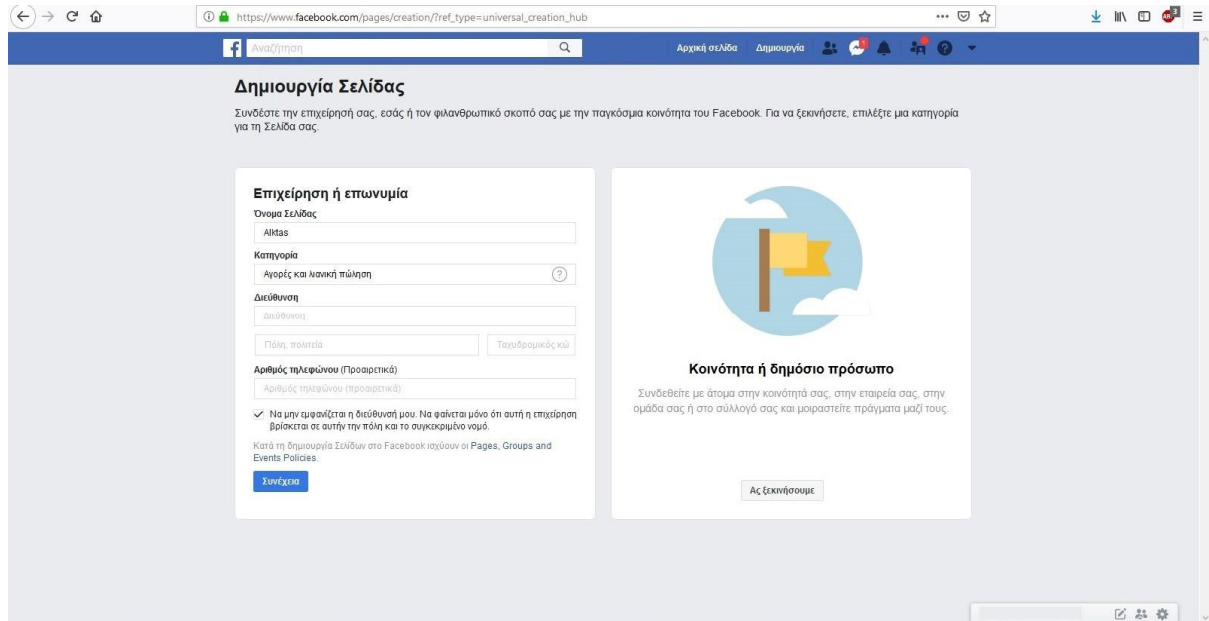
Εικόνα 16: Και εδώ βλέπουμε την αρχική σελίδα στο twitter.



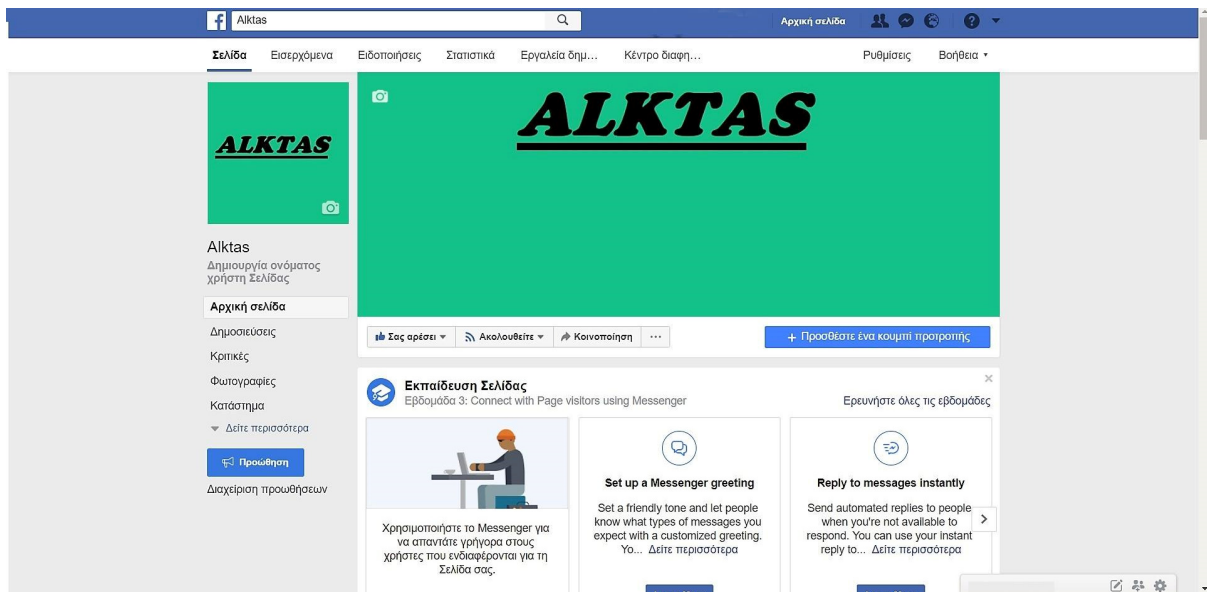
Εικόνα 17: Κάνοντας login στο προσωπικό μας λογαριασμό μας δίνει την δυνατότητα να δημιουργήσουμε την δικιά μας σελίδα.



Εικόνα 18: Μας δίνει τις επιλογές επιχείρηση/επωνυμία και κοινότητα ή δημόσιο πρόσωπο. Εμείς επιλέξαμε επιχείρηση ή επωνυμία.

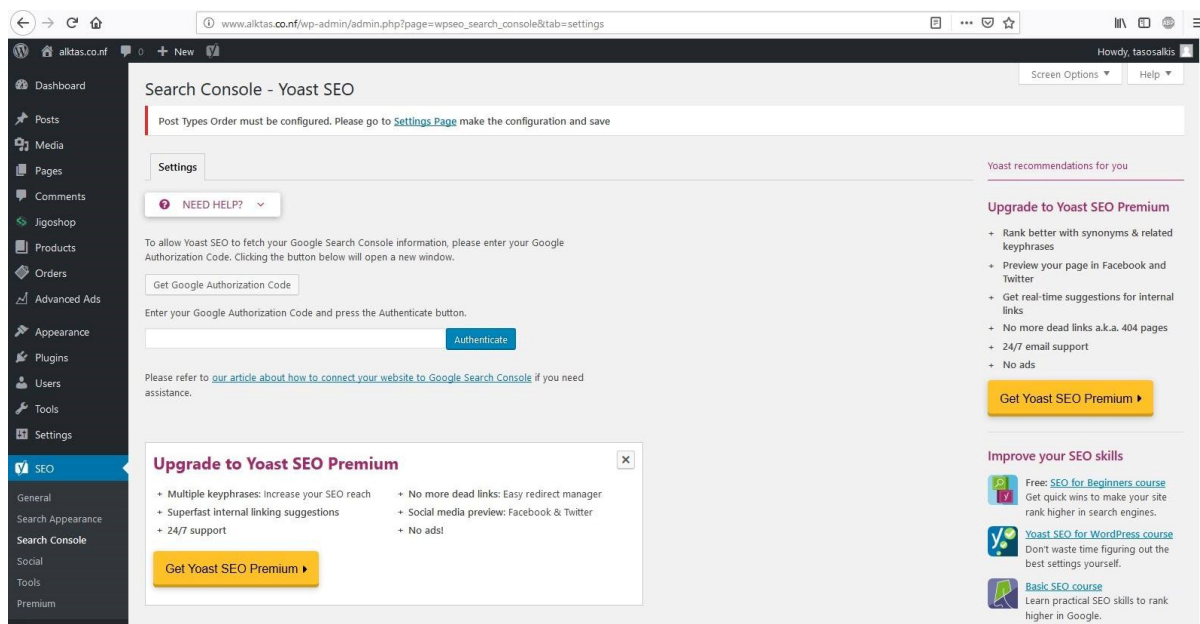


Εικόνα 19: Εισάγουμε τα στοιχεία που μας ζητάει.

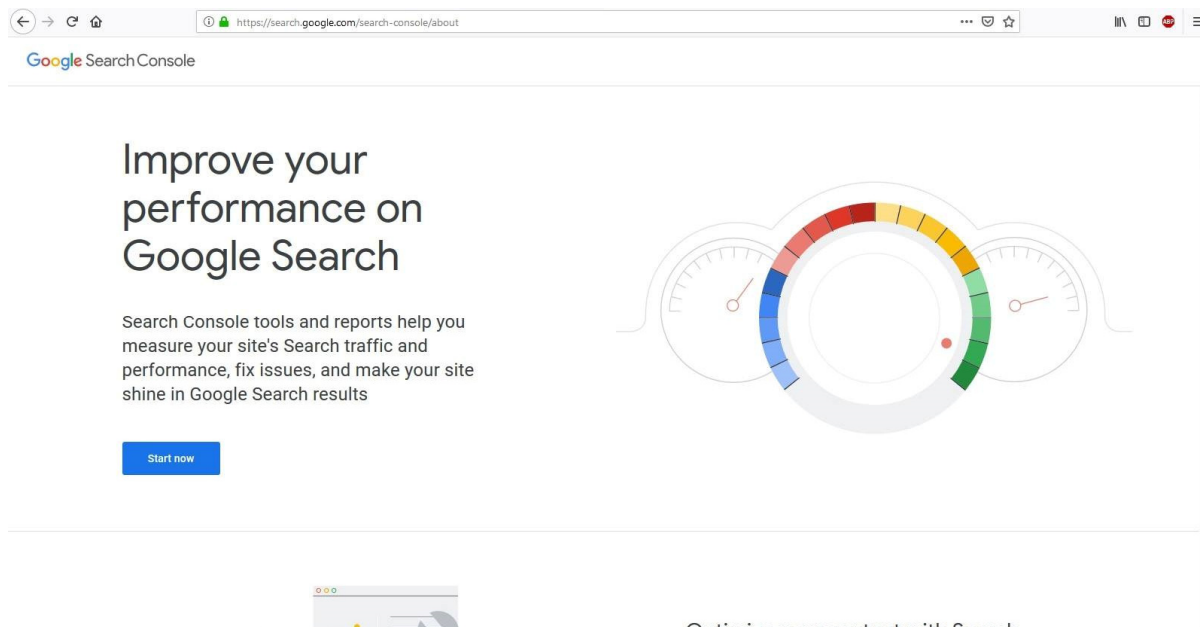


Εικόνα 20: Και εδώ βλέπουμε και την σελίδα μας στο Facebook. <https://www.facebook.com/>

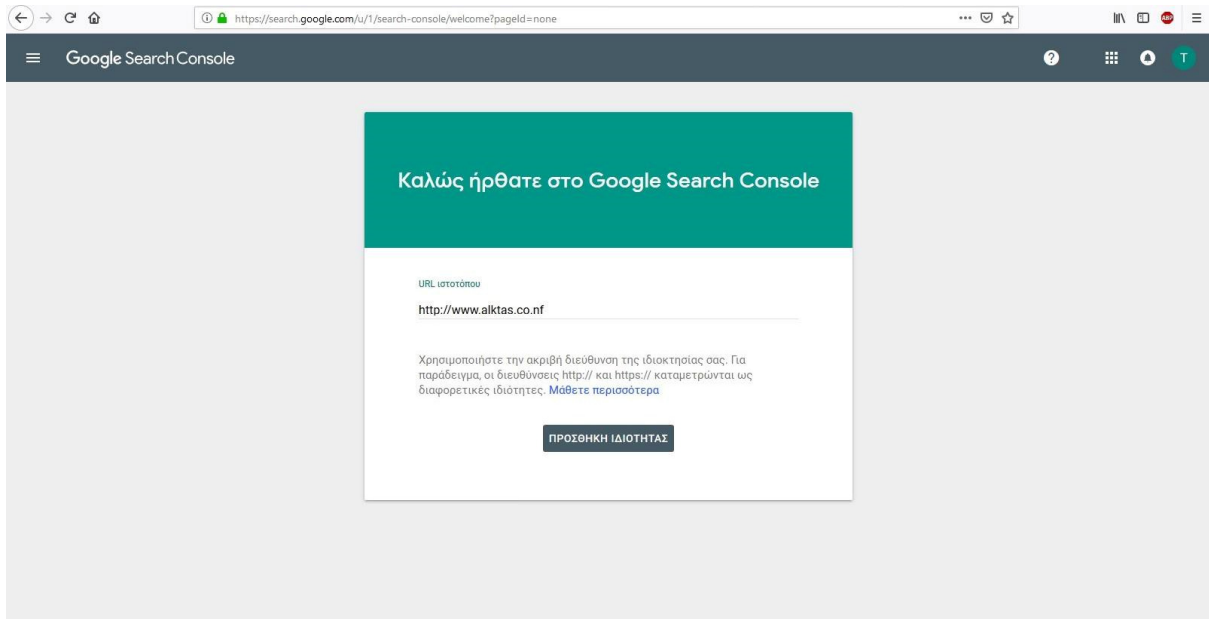
6.3 Search Engine Optimization



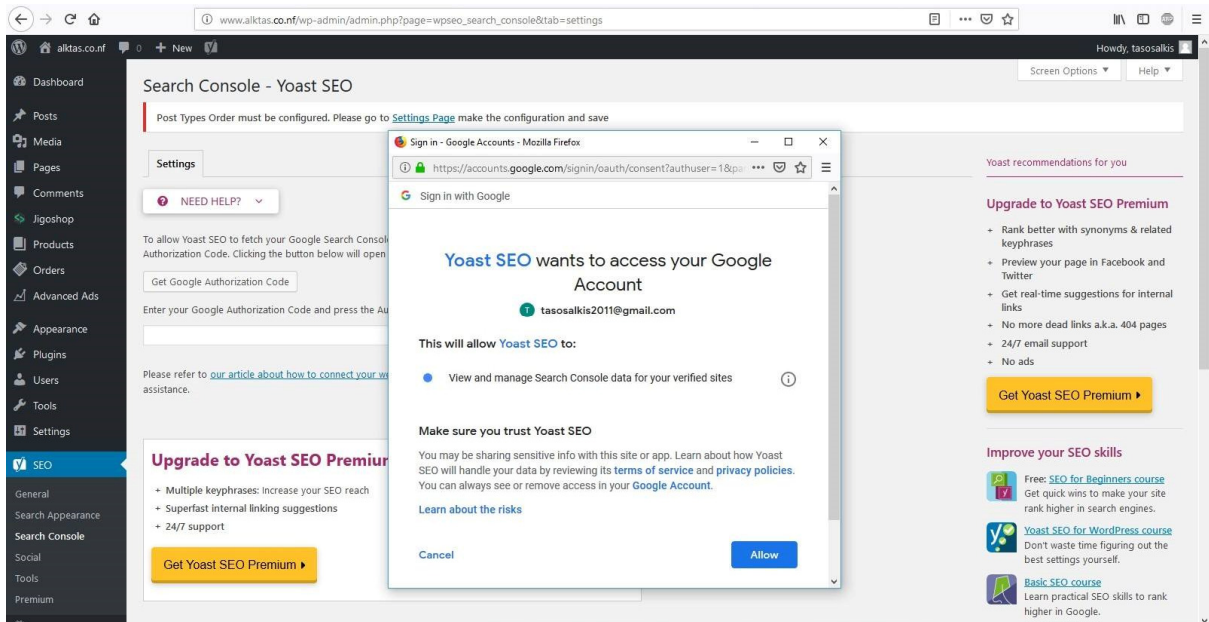
Εικόνα 21: Στην επέκταση Yoast SEO επιλέγουμε search console και Get Google Authorization Code.



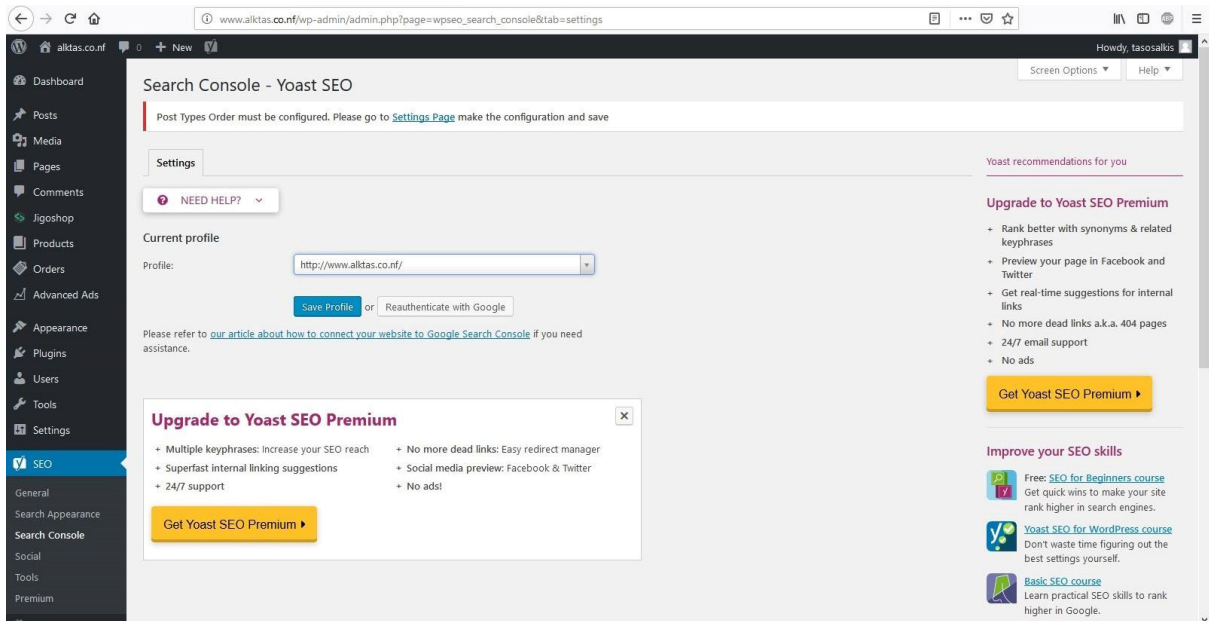
Εικόνα 22: Μεταβαίνουμε στην σελίδα Search Console της google και πατάμε start now.



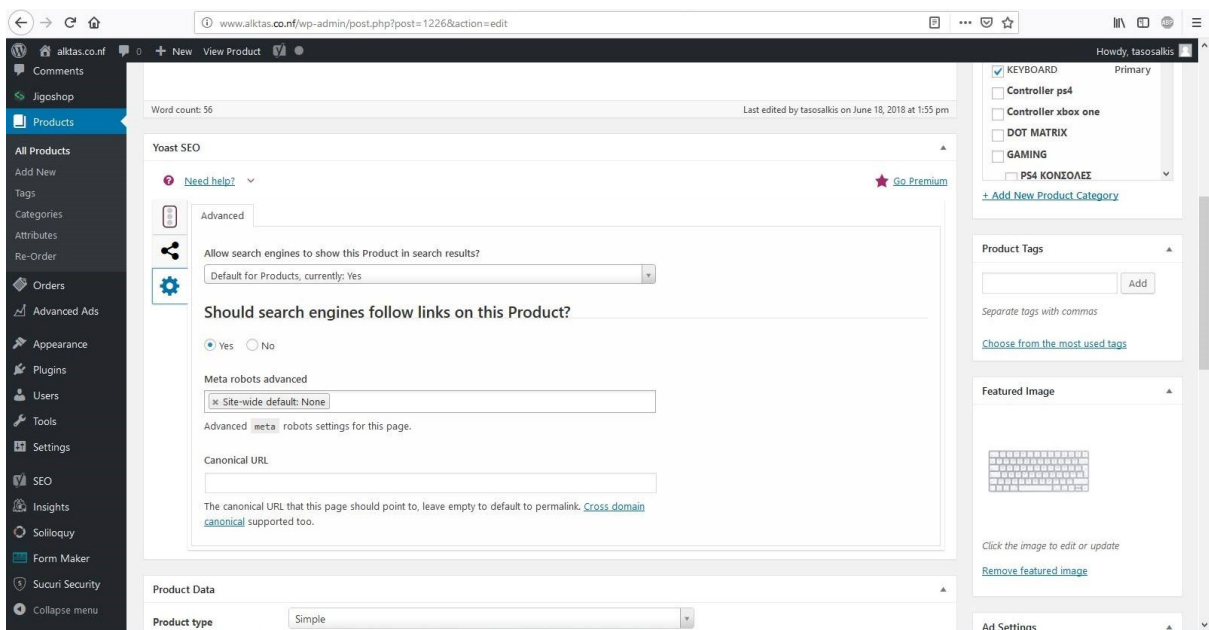
Εικόνα 23: Εδώ συμπληρώνουμε την διεύθυνση του e-shop μας.



Εικόνα 24: Έπειτα επιτρέπουμε την πρόσβαση του Yoast SEO στο google account.



Εικόνα 25: Μετά την επαλήθευση μας κάνουμε save profile.



Εικόνα 26: Κάτω από τα άρθρα, κατηγορίες, προϊόντα μπορούμε να κάνουμε ρυθμίσεις για την εμφάνιση για τις μηχανές αναζήτησης.

The screenshot shows a WordPress admin dashboard with a sidebar on the left containing various menu items like 'Comments', 'Jigoshop', 'Products', 'All Products', 'Orders', 'Advanced Ads', 'Appearance', 'Plugins', 'Users', 'Tools', 'Settings', 'SEO', 'Insights', 'Softloquy', 'Form Maker', 'Sucuri Security', and 'Collapse menu'. The main content area displays a 'Readability analysis' tool. It has a 'Close snippet editor' button at the top. The analysis results are as follows:

- Analysis results**
- Problems (1)**
 - Transition words:** None of the sentences contain transition words. [Use some.](#)
- Good results (5)**
 - Flesch Reading Ease:** The copy scores 100 in the test, which is considered very easy to read. Good job!
 - Passive voice:** You're using enough active voice. That's great!
 - Consecutive sentences:** There is enough variety in your sentences. That's great!
 - Subheading distribution:** You are not using any subheadings, but your text is short enough and probably doesn't need them.
 - Sentence length:** Great!

Below the readability analysis is a 'Focus keyphrase' section. It shows the keyphrase 'Apple Magic Keyboard' in a text input field. There are links for '+ Add synonyms' and '+ Add related keyphrase'. A promotional message states: 'Did you know Yoast SEO Premium also analyzes the different word forms of your keyphrase, like plurals and past tenses?' with a 'Go Premium!' button.

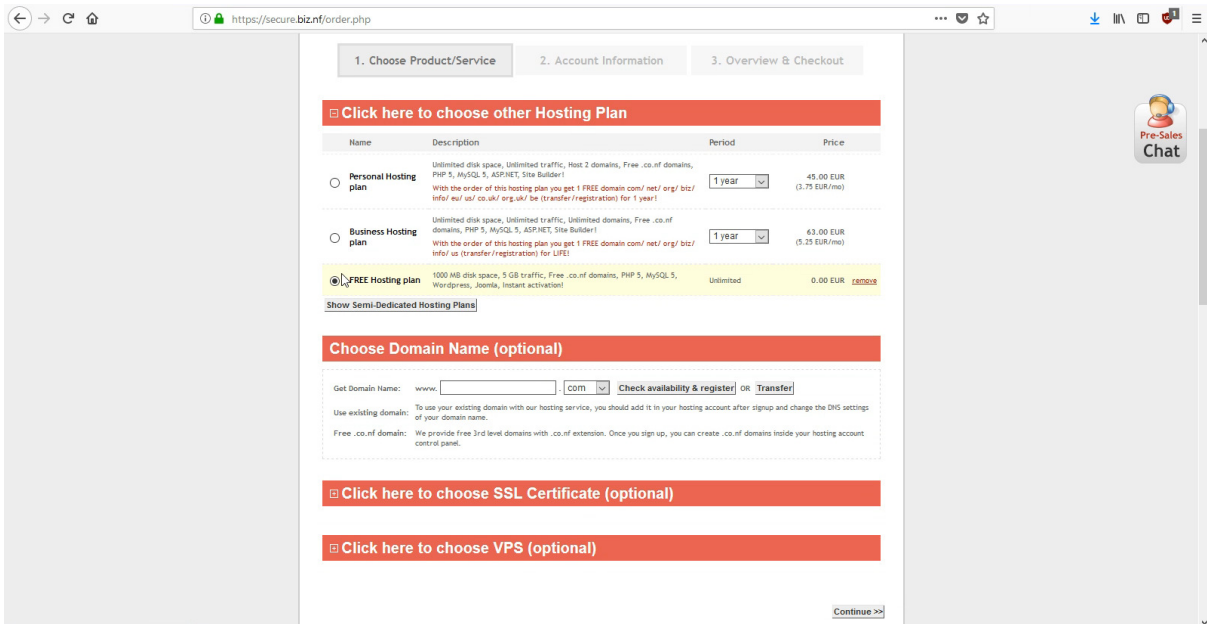
On the right side of the dashboard, there are 'Ad Settings' (with a 'Disable ads on this page' checkbox) and 'Attachments' (with 'Gallery' and 'Downloads' tabs and a 'Select' button).

Εικόνα 27: Επίσης η επέκταση μας δείχνει σε πιο κομμάτι παραμετροποίησης υστερούν οι ρυθμίσεις και σε πιο είναι σωστές.

7 ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΜΑΣ



Εικόνα 28: Επιλέγουμε τον πάροχο του host του e-shop μας (www.biz.nf).



Εικόνα 29: Επιλέγουμε την δωρεάν έκδοση

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://secure.biz.nf/order.php>. The page title is "Shopping Cart".

Name	Description	Type	Period	Price
FREE Hosting plan	Hosting Plan: 1000 MB disk space, 5 GB traffic, Free .co.nf domains, PHP 5, MySQL 5, Wordpress, Joomla, Instant activation!	New	Unlimited	0.00 EUR
Total:				0.00 EUR

Buttons: [Add Products](#) [Edit Cart](#)

Promo Codes

If you have promo code, please type it here: [Check](#)

New Client

If you already have an account with us click [here](#)

* required fields
* optional fields

* First Name:

* Last Name:

* Company:

* E-mail (provide valid e-mail):

* Password:


* Address 1:

* City: * State: * ZIP:

* Country: GIBCO

* Phone:

Yes, I agree with the following agreement(s): [Terms of Services - FREE Hosting](#)

I'm not a robot  [Privacy - Terms](#)

[Continue >>](#)

Εικόνα 30: Συμπληρώνουμε τα στοιχεία μας (όνομα, επίθετο, διεύθυνση, χώρα, e-mail και κωδικό πρόσβασης)

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://secure.biz.nf/order.php>. The page content is as follows:

Congratulations Tasos Aikis Tsorlis-Lagogiannis, your web hosting account has been created successfully!
Thank you for choosing the web hosting services distributed by Biz.nf Hosting and powered by Attractsoft GmbH.

[Click here to log into your account](#) it is ready for you to explore it.

Keep this login information for your records:
Client ID: 2554176
Login email: tasosalkis2011@gmail.com

Please check your welcome e-mail and click on the confirmation link to activate your account. It also contains this login information and necessary start-up instructions.

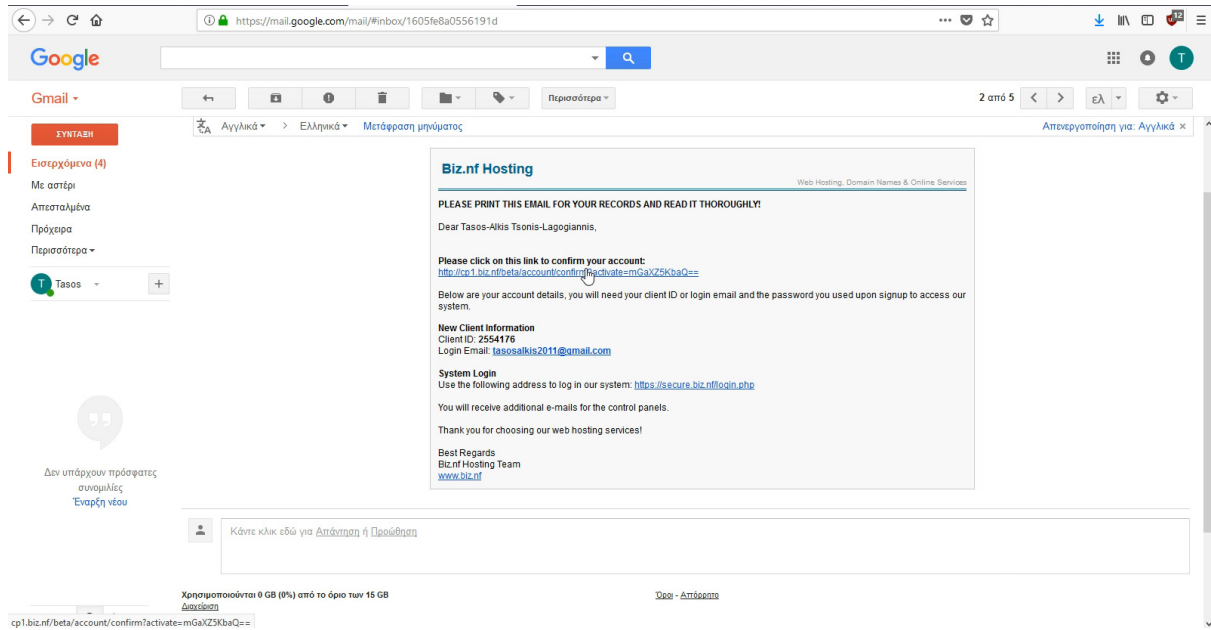
Note: If you did not receive your welcome e-mail, please check your spam/bulk folder. If you still did not receive this email please click on the login link above to change your email address and resend the welcome email.

Once you confirm your account and log into your Hosting Control Panel you can set up your website immediately.

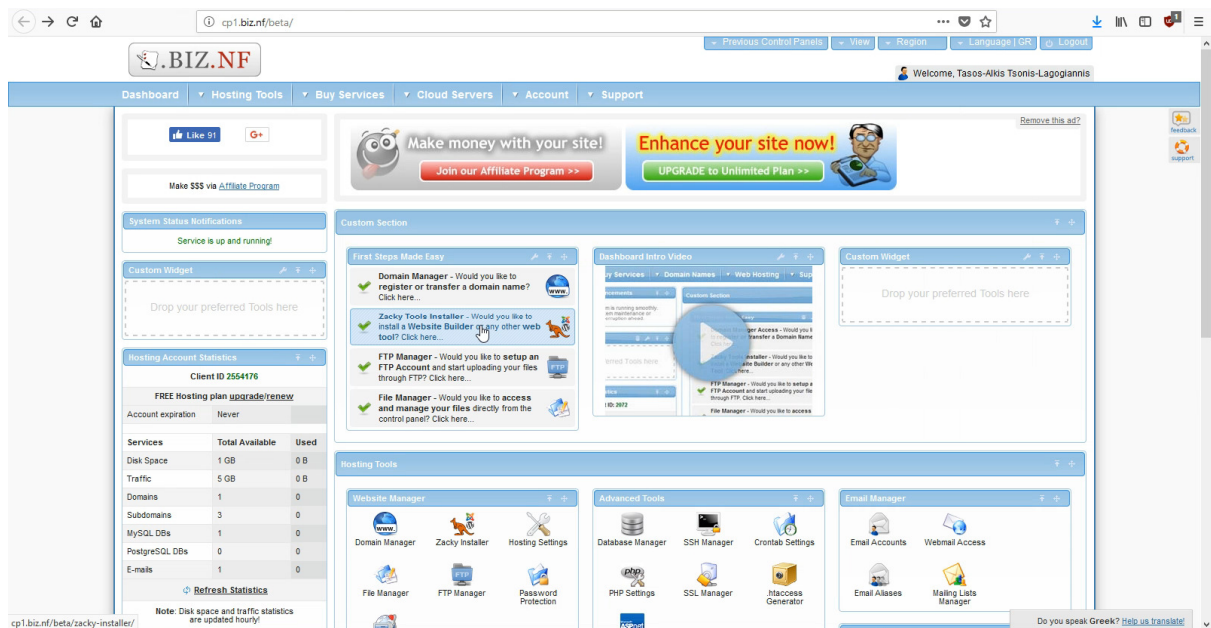
If you have any additional questions please feel free to contact us.
We have a 24/7 Support Team that will be happy to assist you.

Biz.nf Hosting Team
biz.nf

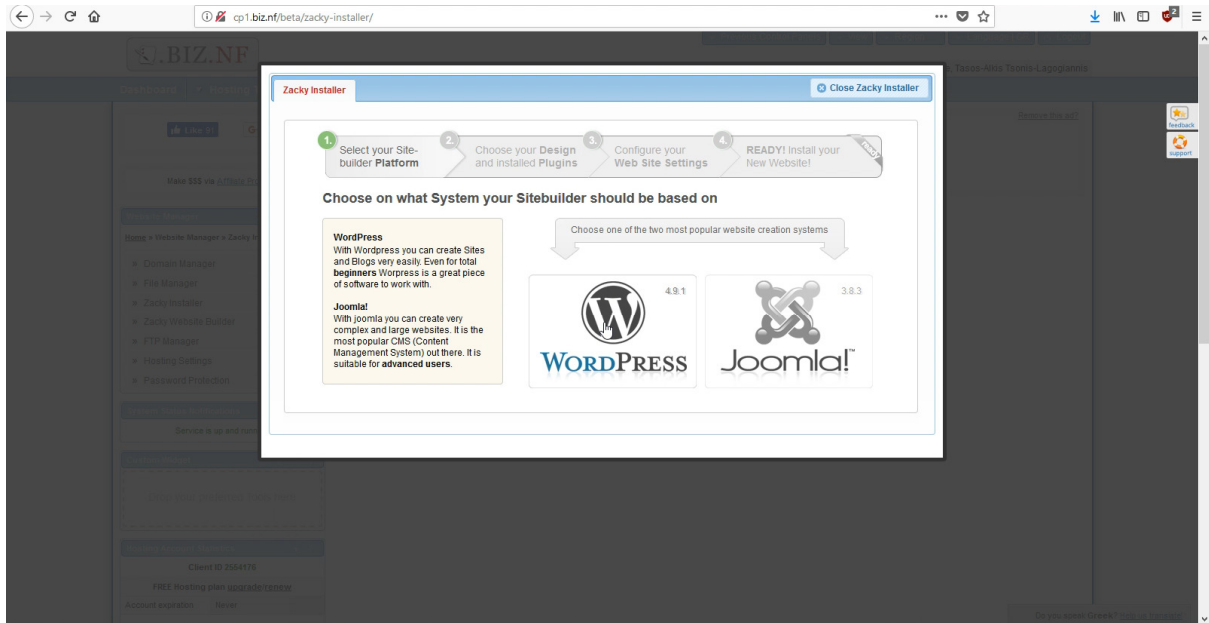
Εικόνα 31: Έχοντας τελειώσει το host μας εμφανίζεται ένα client ID και ένας σύνδεσμος που μας οδηγεί στον λογαριασμό μας



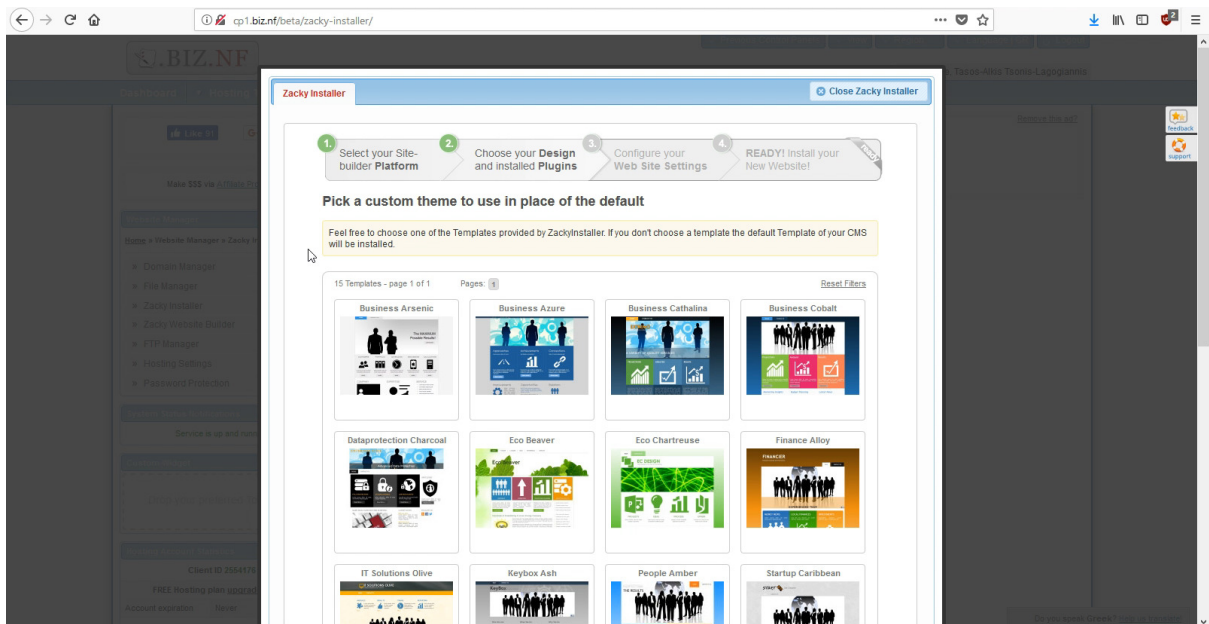
Εικόνα 32: Μπαίνουμε στο e-mail και πραγματοποιούμε επαλήθευση του λογαριασμού μας κάνοντας κλικ στο link που έχει αποσταλεί από τον πάροχο



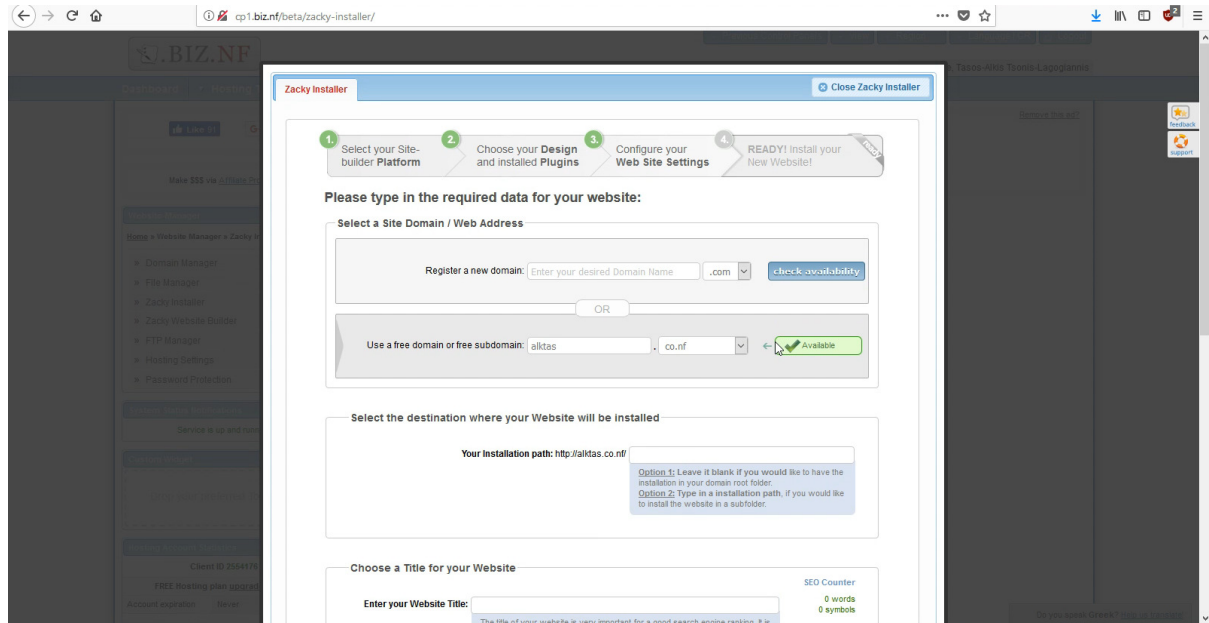
Εικόνα 33: Επιλέγουμε το εργαλείο zacky tools installer



Εικόνα 34: Επιλέγουμε να κάνουμε εγκατάσταση του CMS WORDPRESS



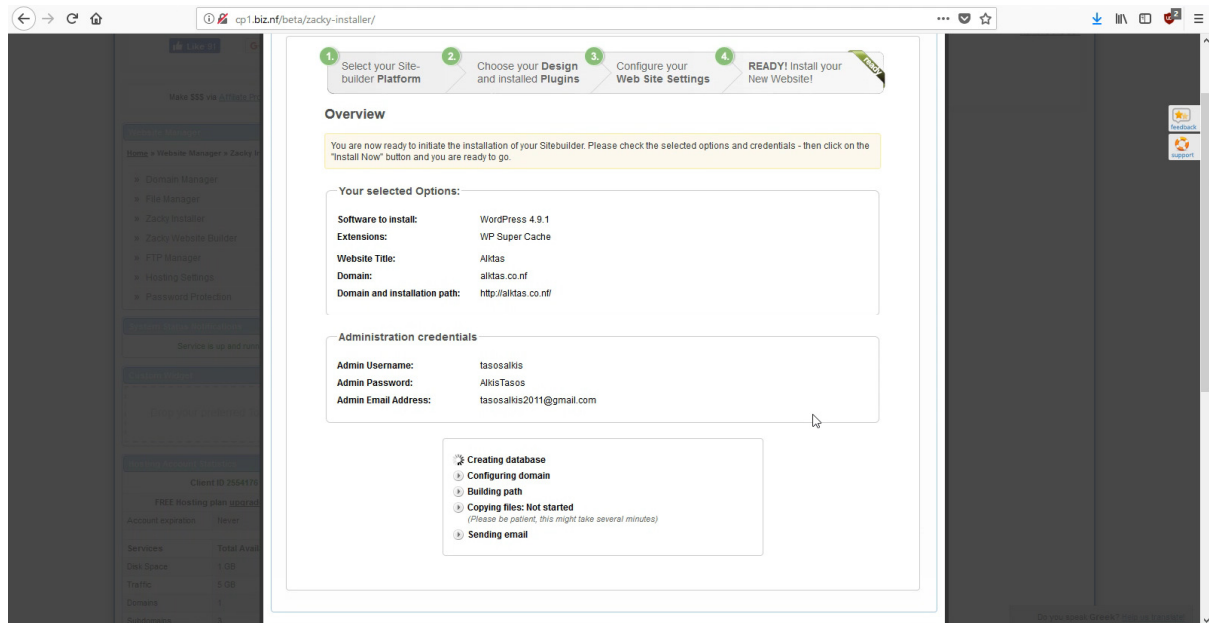
Εικόνα 35: Επιλέγουμε το θέμα που θα χρησιμοποιήσουμε στην ιστοσελίδα μας



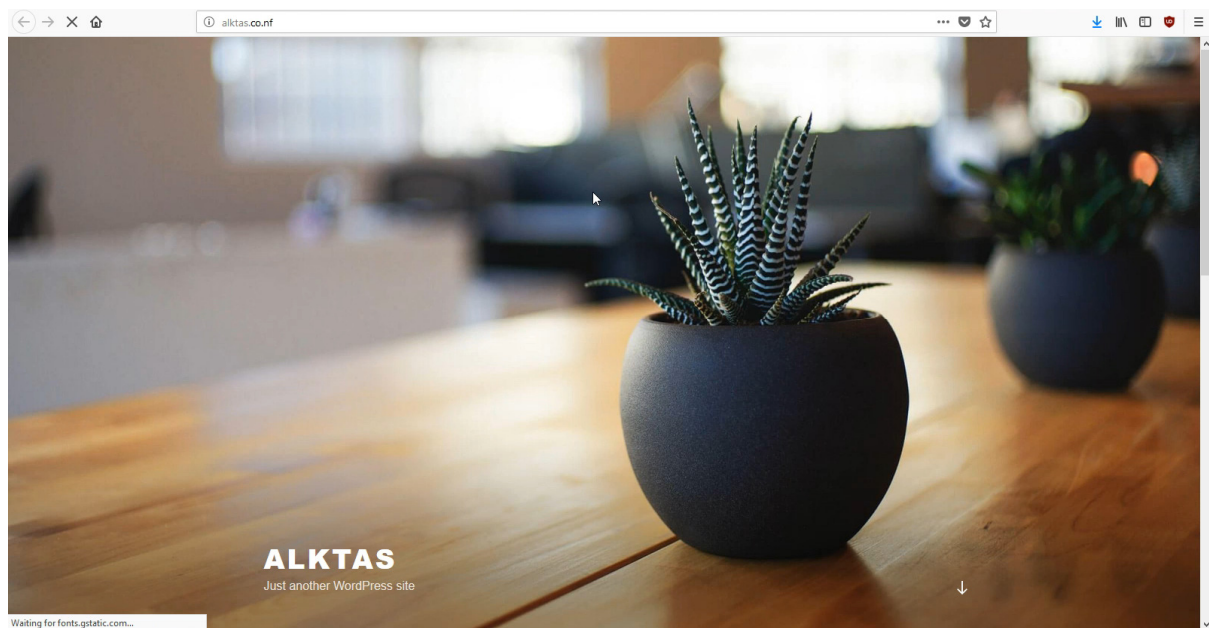
Εικόνα 36: Δίνουμε το όνομα domain που θα έχει το ηλεκτρονικό μας κατάστημα εφόσον ελέγξουμε την διαθεσιμότητα



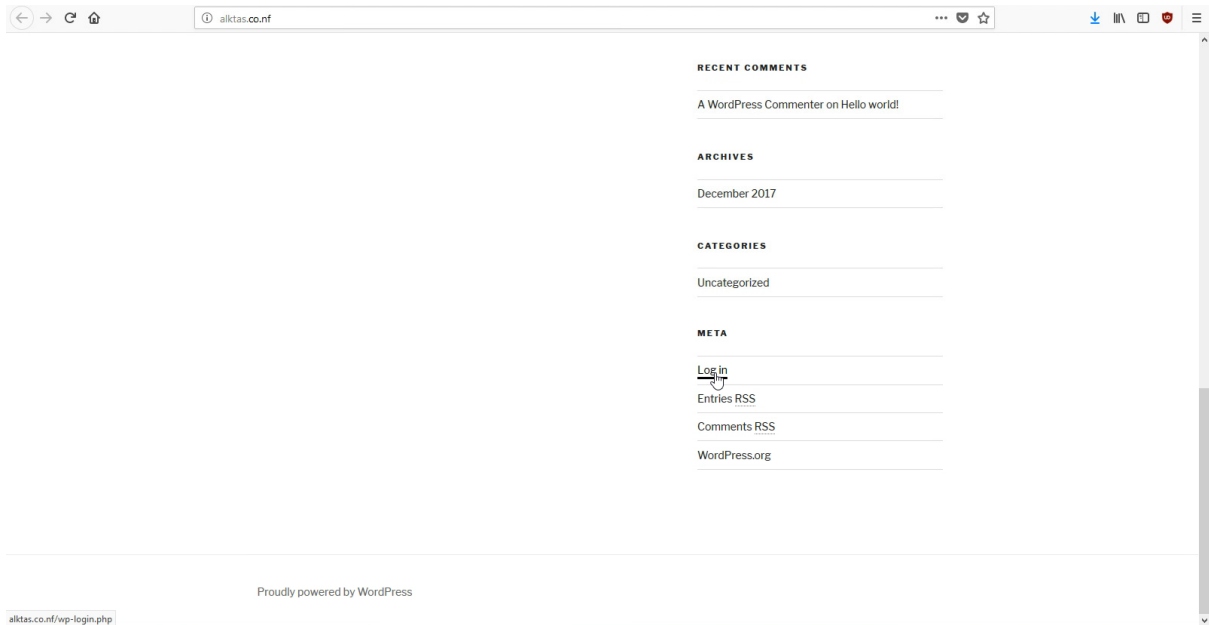
Εικόνα 37: Εφόσον έχει ολοκληρωθεί η εγκατάσταση συμπληρώνουμε τον τίτλο του site μας και τα στοιχεία του διαχειριστή (e-mail, όνομα χρήστη και κωδικό)



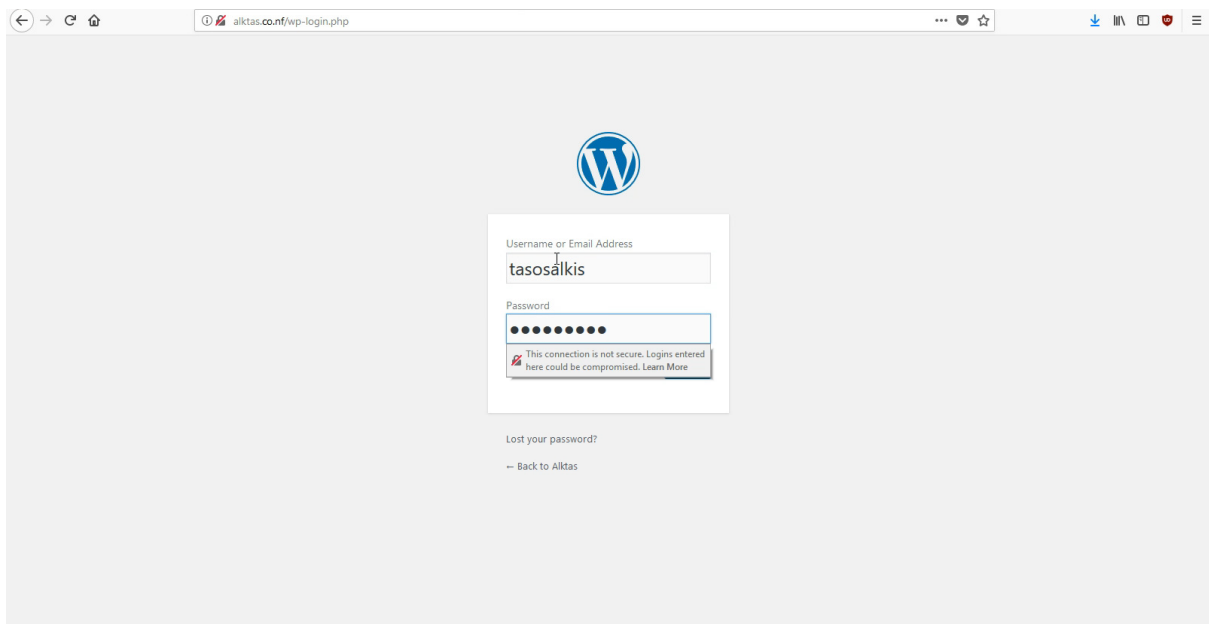
Εικόνα 38: Παρακολουθούμε την διαδικασία της εγκατάστασης του wordpress



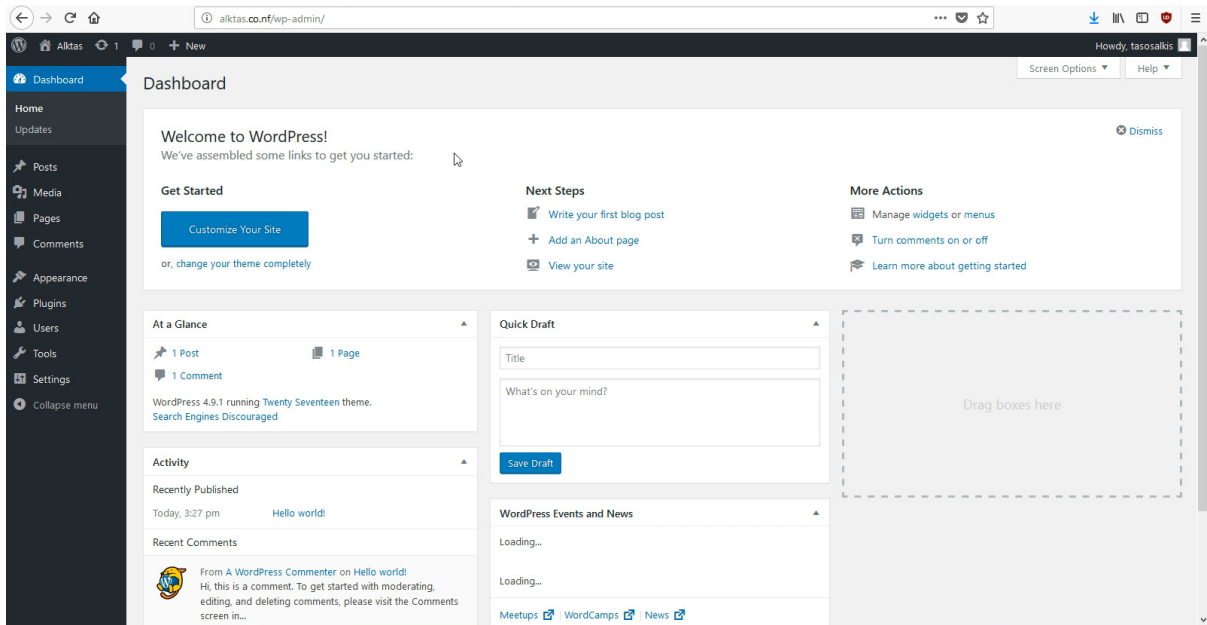
Εικόνα 39: Αυτό είναι το site μας χωρίς την παραμικρή αλλαγή από τον χρήστη



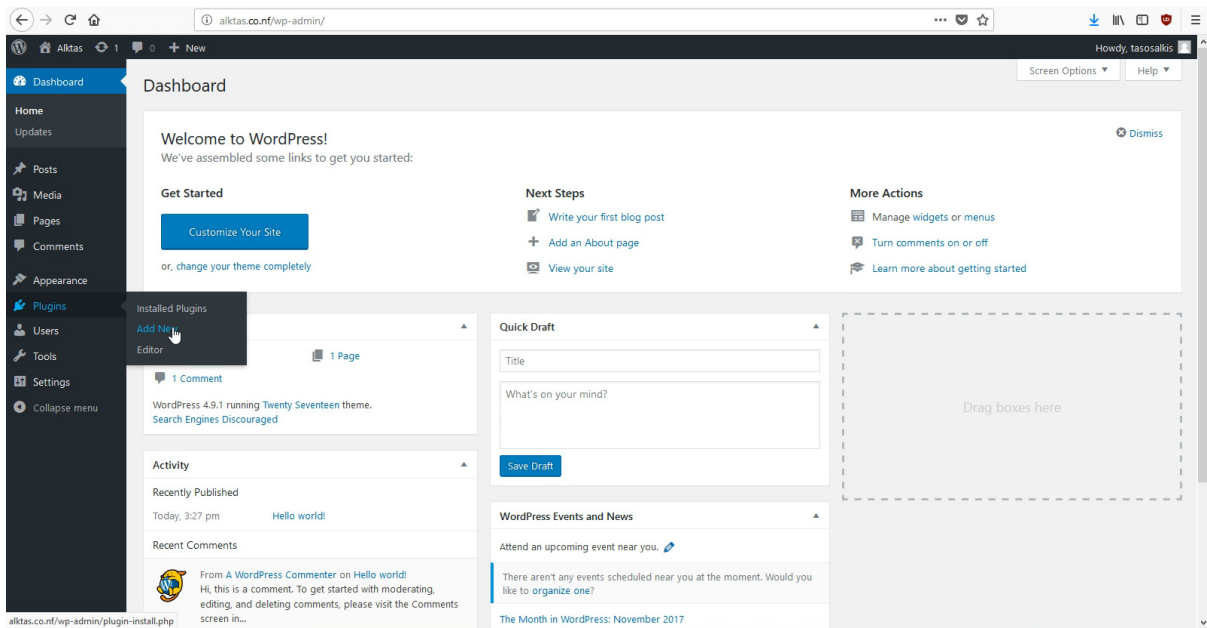
Εικόνα 40: Πατάμε log in



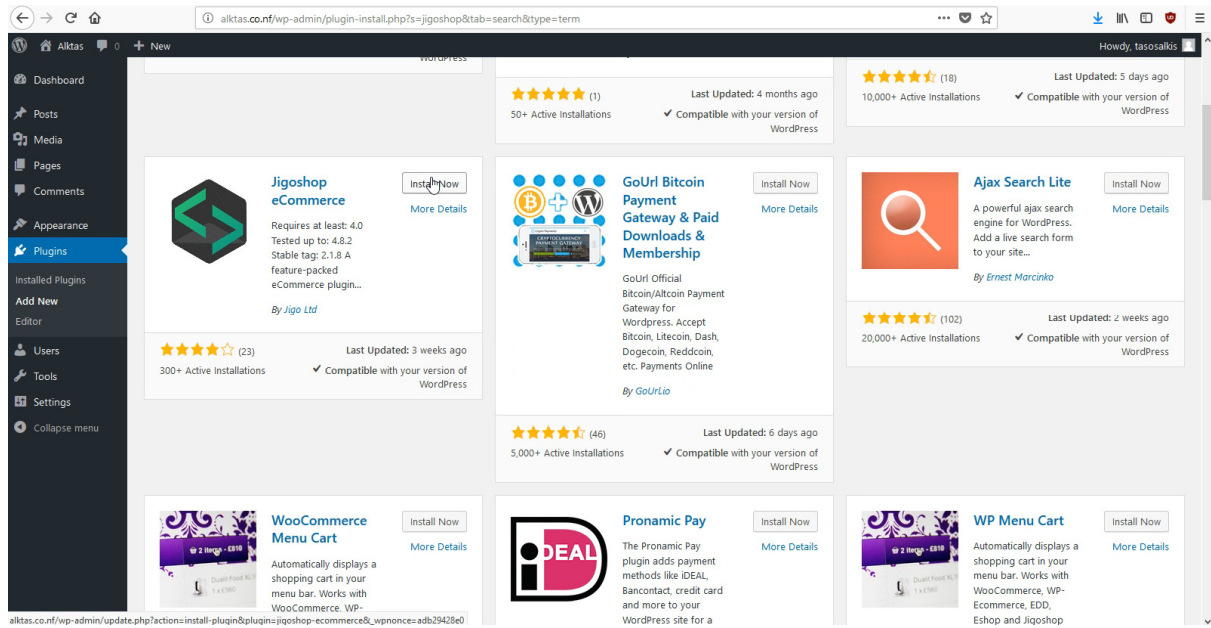
Εικόνα 41: Συμπληρώνουμε το όνομα και τον κωδικό χρήστη που είχαμε ορίσει



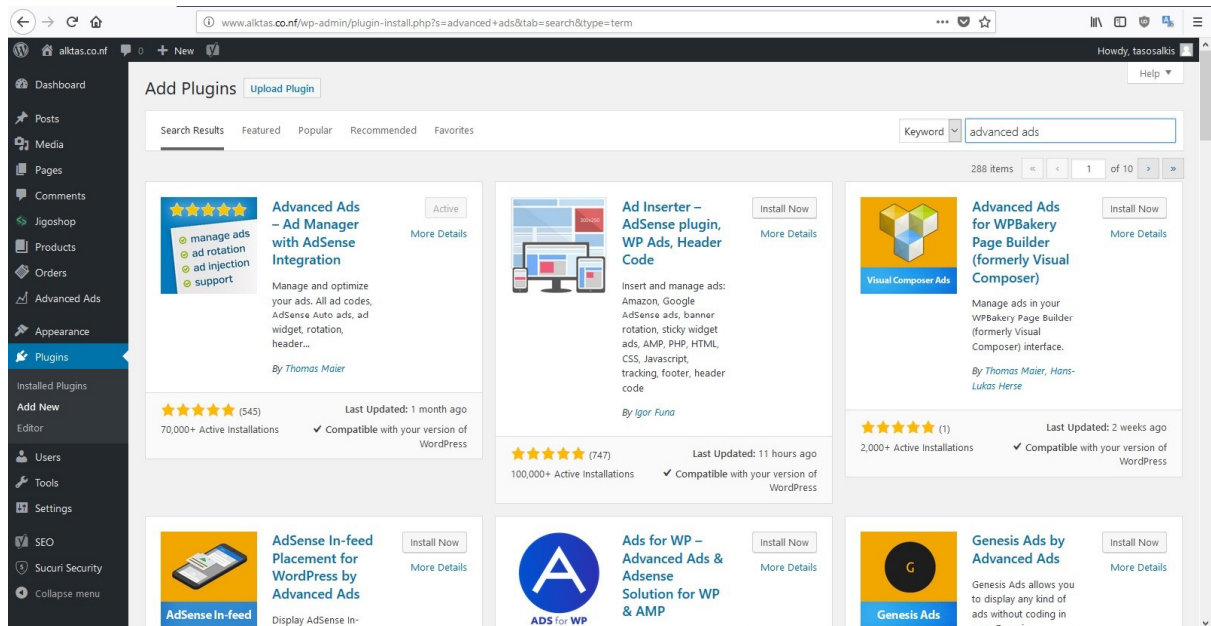
Εικόνα 42: Έχουμε εισέλθει στην κεντρική σελίδα διαχείρισης του wordpress



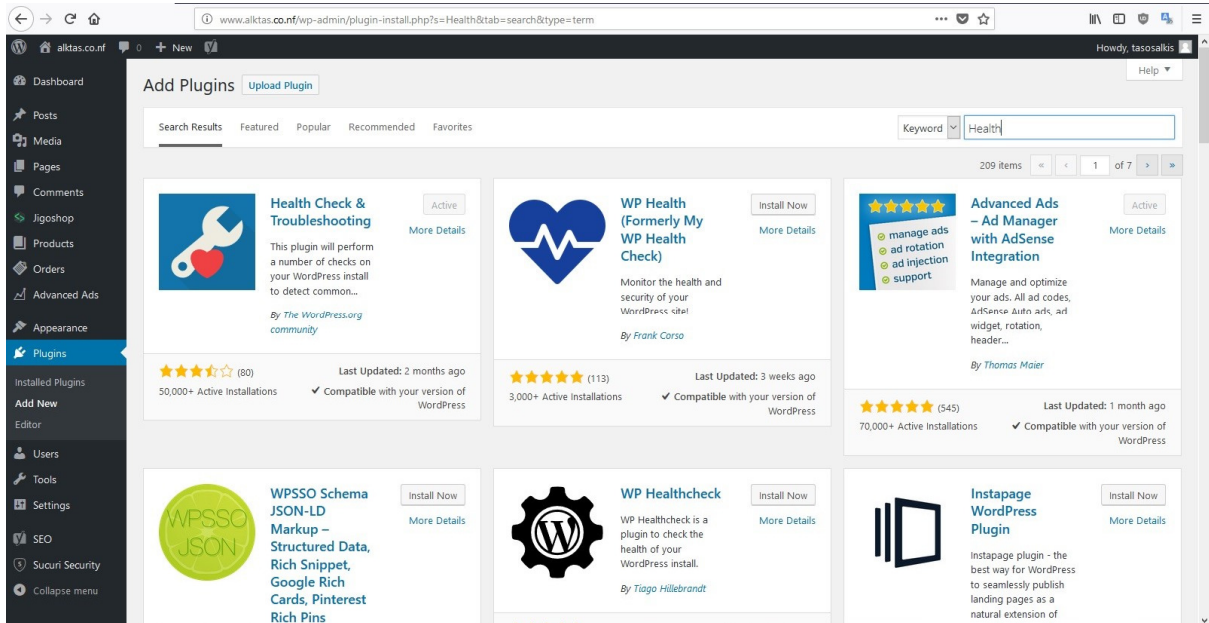
Εικόνα 43: Πηγαίνουμε στα plugins και επιλέγουμε add new



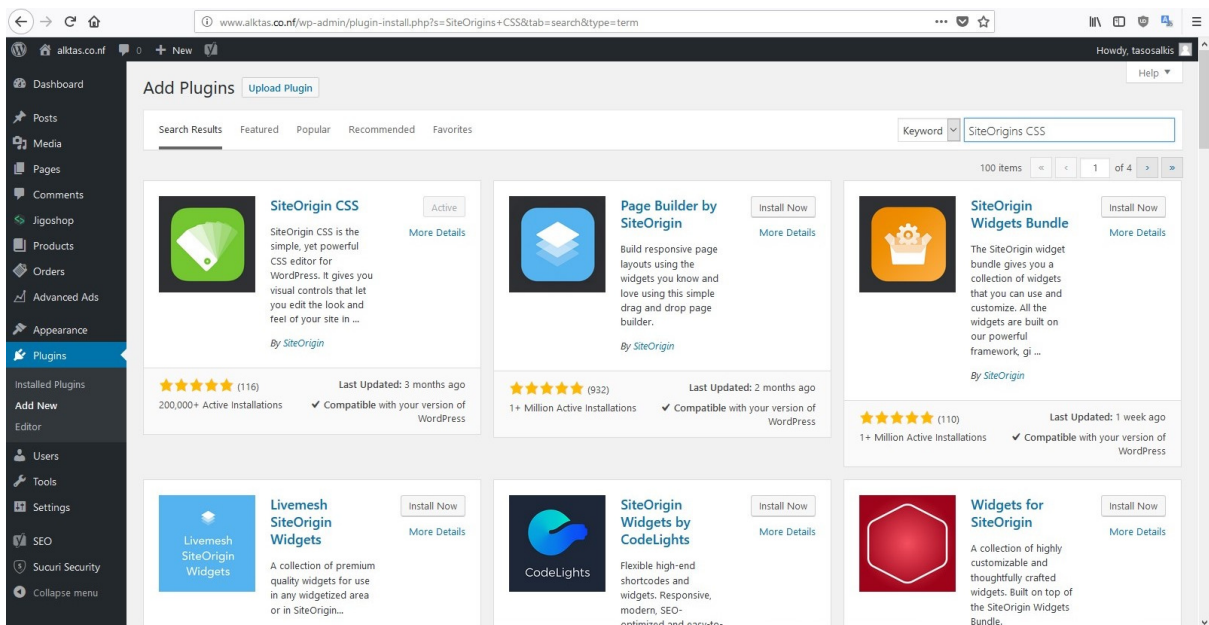
Εικόνα 44: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση jigoshop, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



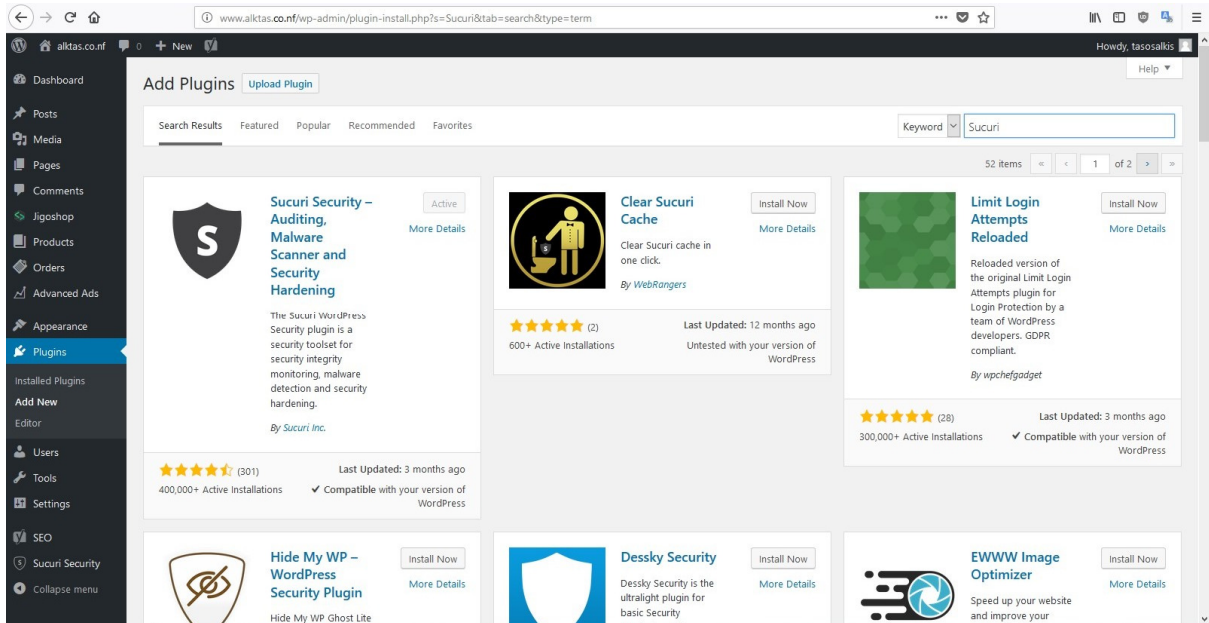
Εικόνα 45: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Advanced Ads, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



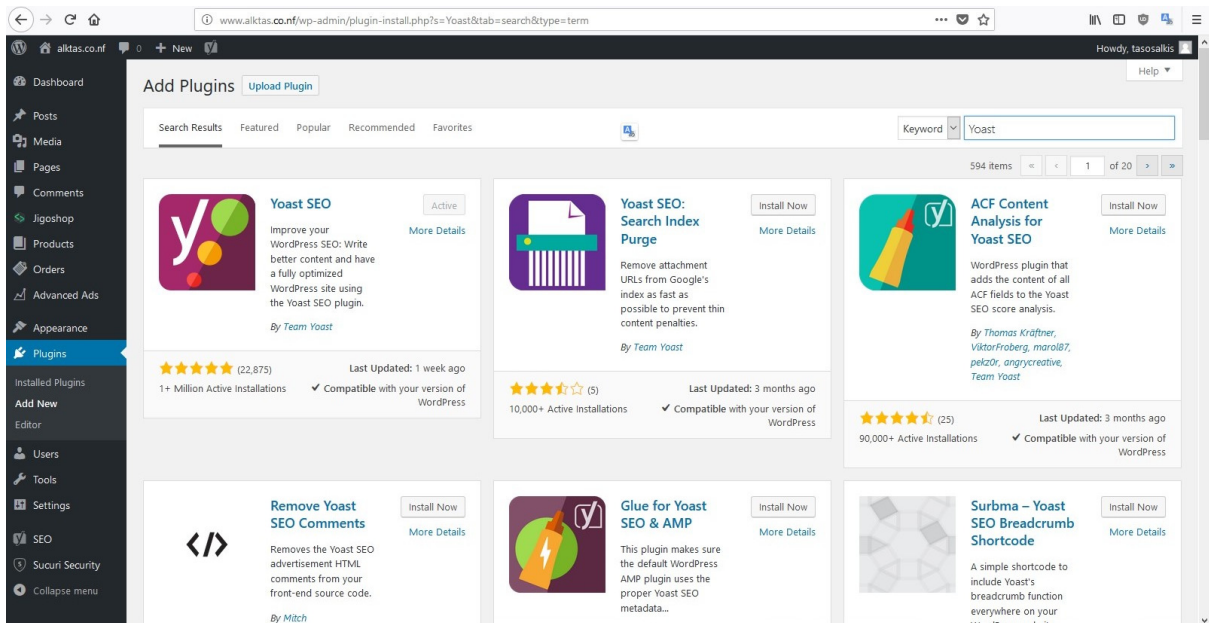
Εικόνα 46: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Health Check & Troubleshooting, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



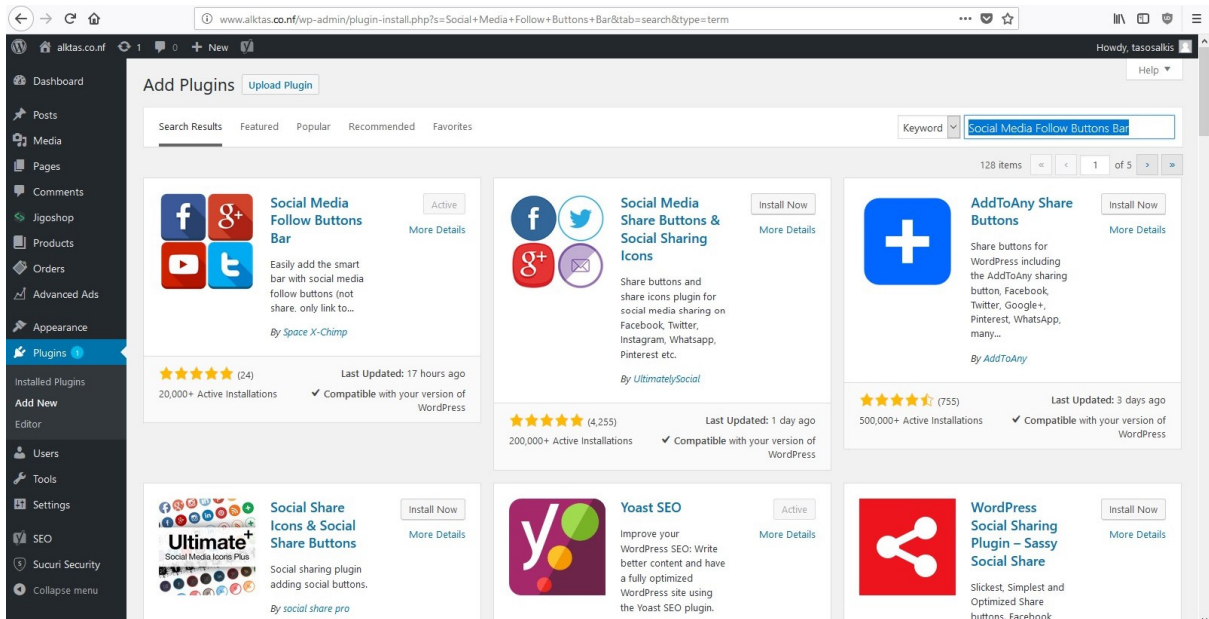
Εικόνα 47: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση SiteOrigin CSS, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



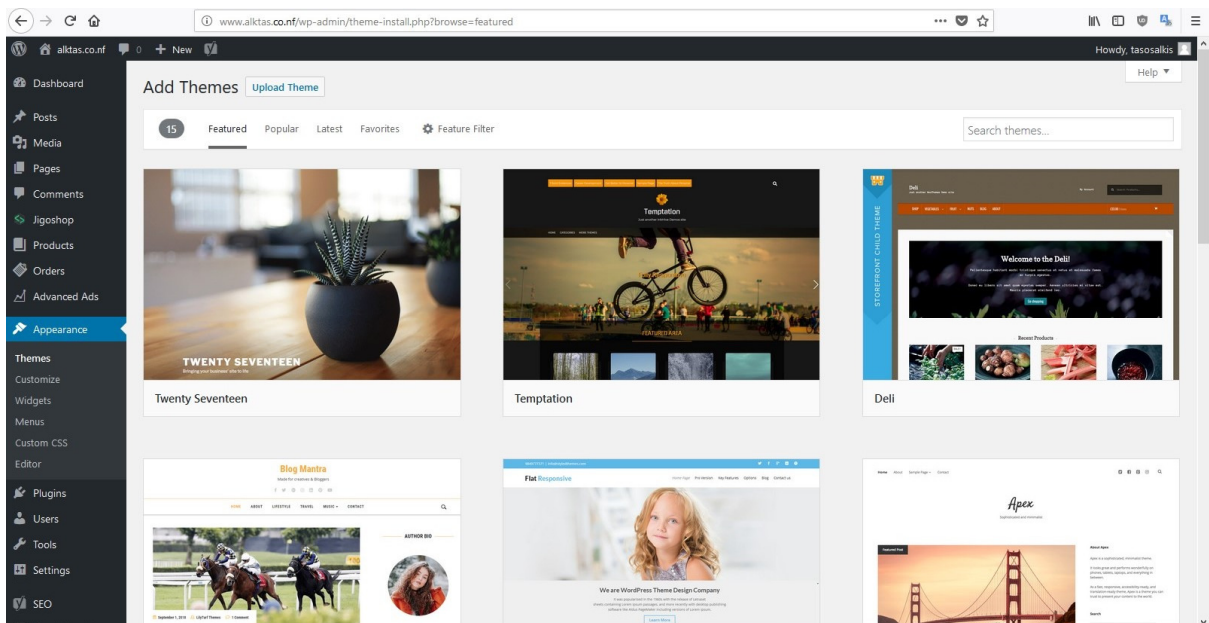
Εικόνα 48: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Sucuri Security, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



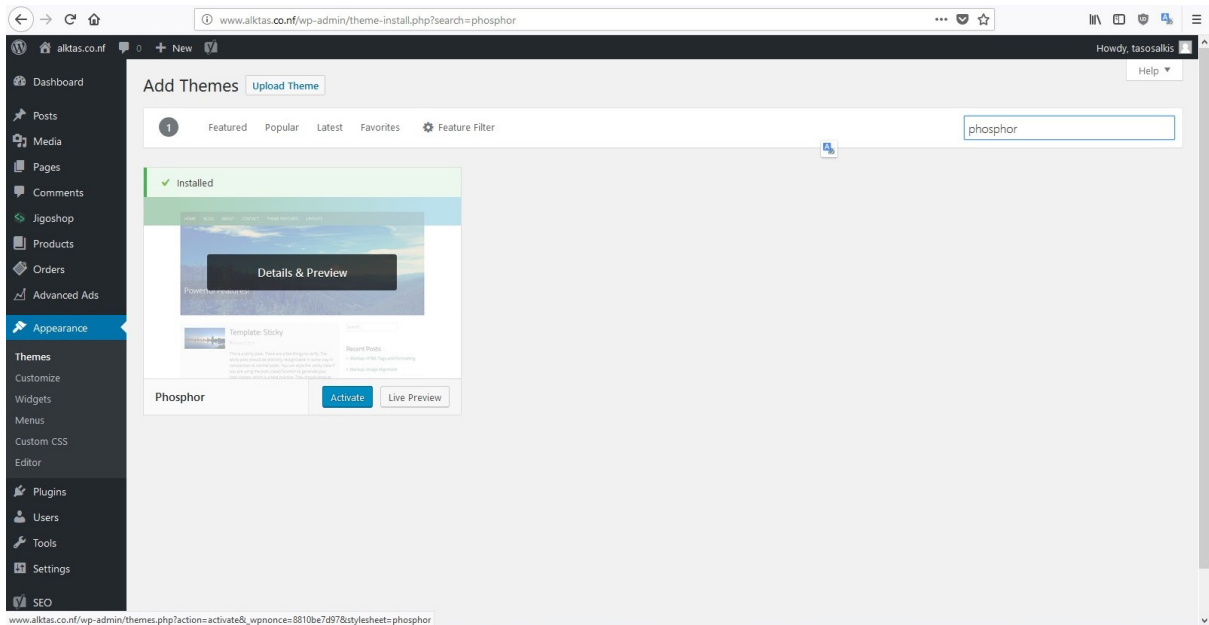
Εικόνα 49: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Yoast SEO, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



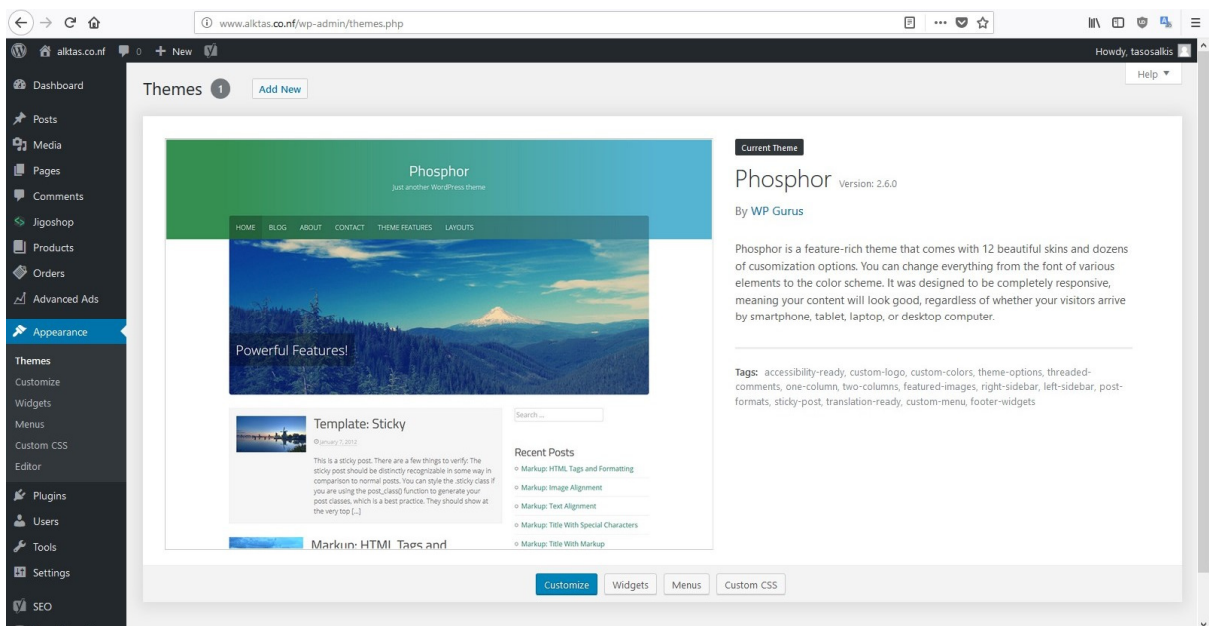
Εικόνα 50: Κάνουμε αναζήτηση την επέκταση Social Media Follow Buttons Bar, πατάμε εγκατάσταση και την ενεργοποιούμε.



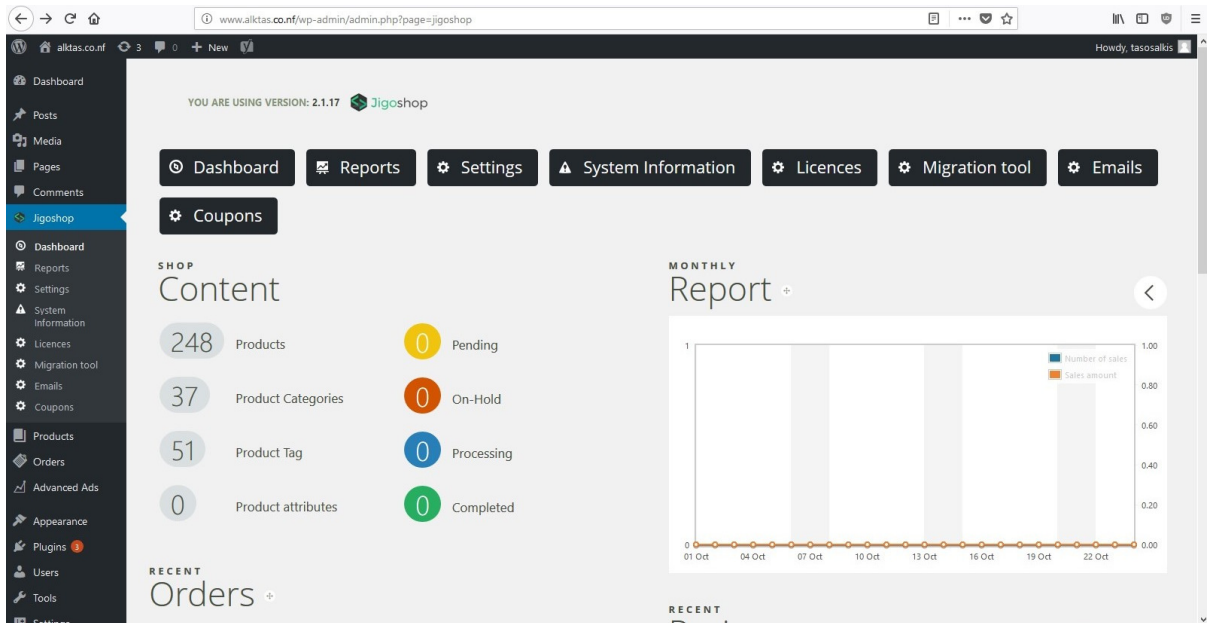
Εικόνα 51: Πηγαίνουμε στη επιλογή Appearance – Themes



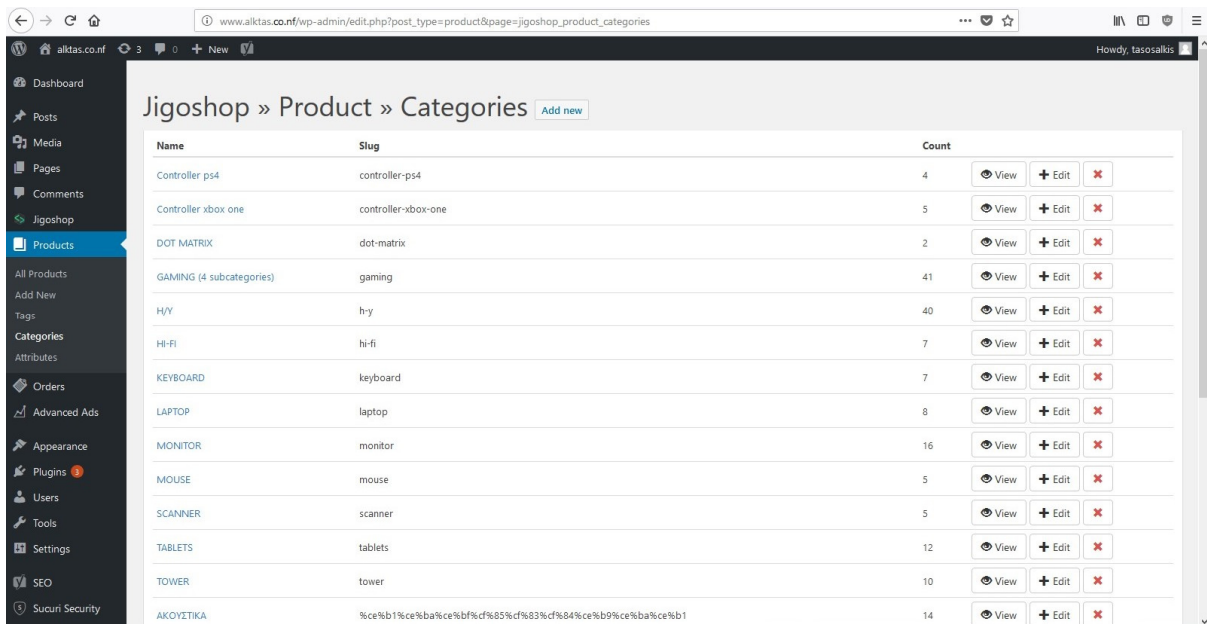
Εικόνα 52: Κάνουμε αναζήτηση το θέμα Phosphor που είναι αυτό που θα χρησιμοποιήσουμε, εγκατάσταση και ενεργοποίηση



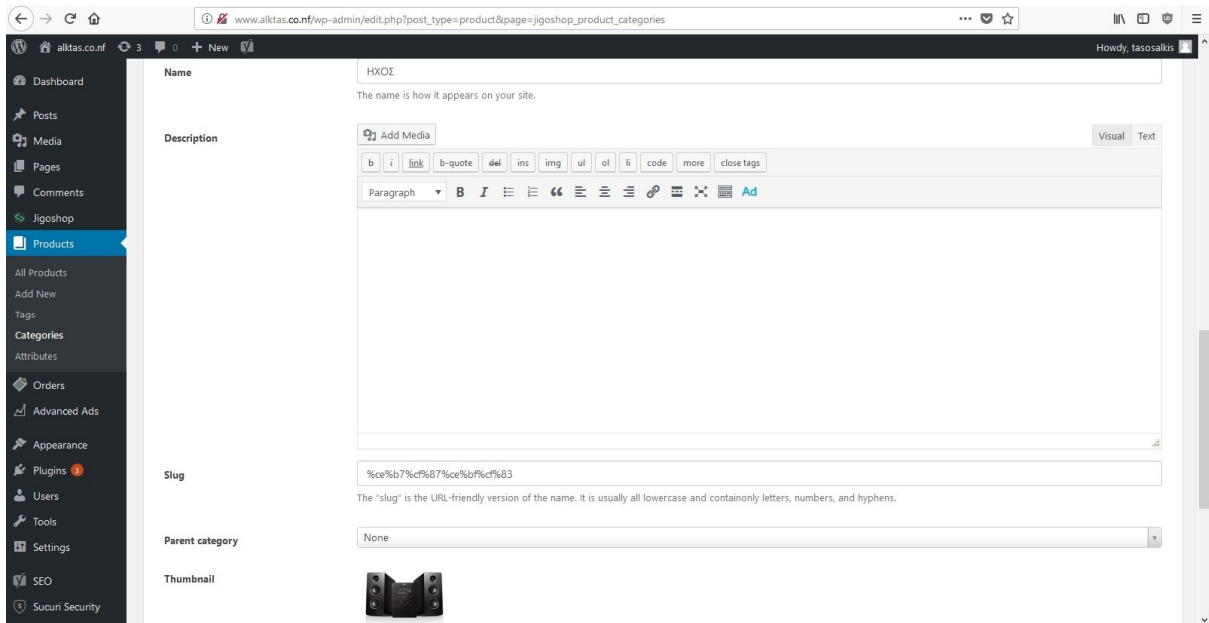
Εικόνα 53: Το ενεργό θέμα μας πλέον είναι αυτό και είναι έτοιμο για αλλαγές



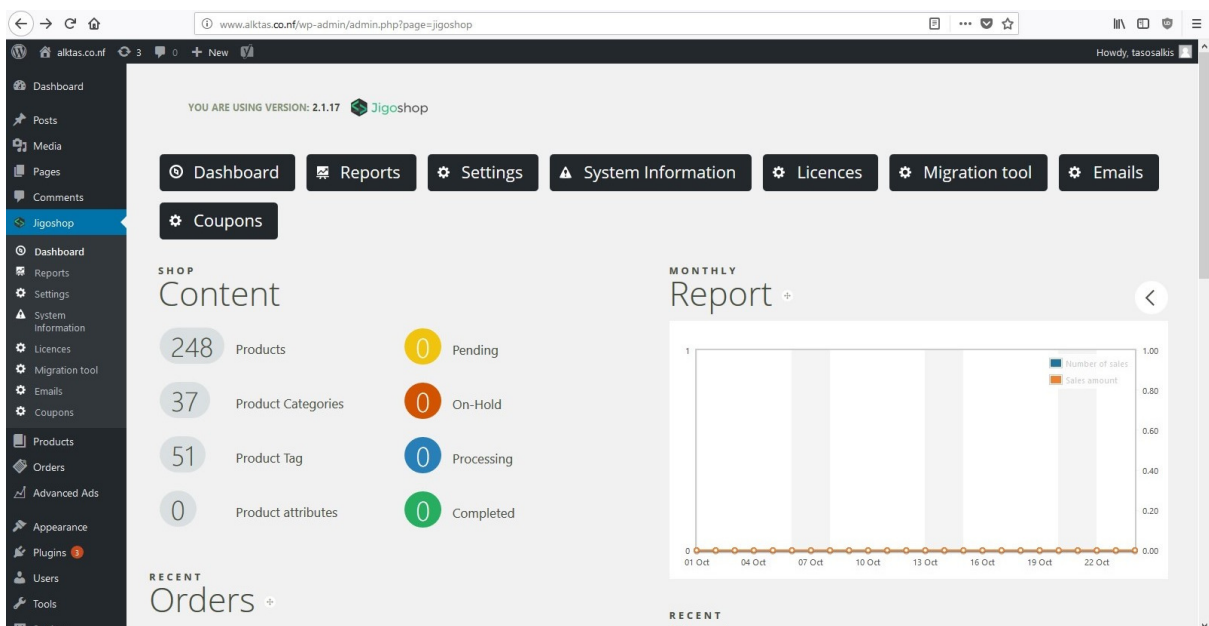
Εικόνα 54: Επιλέγουμε την επέκταση Jigoshop και ύστερα την επιλογή Product Categories



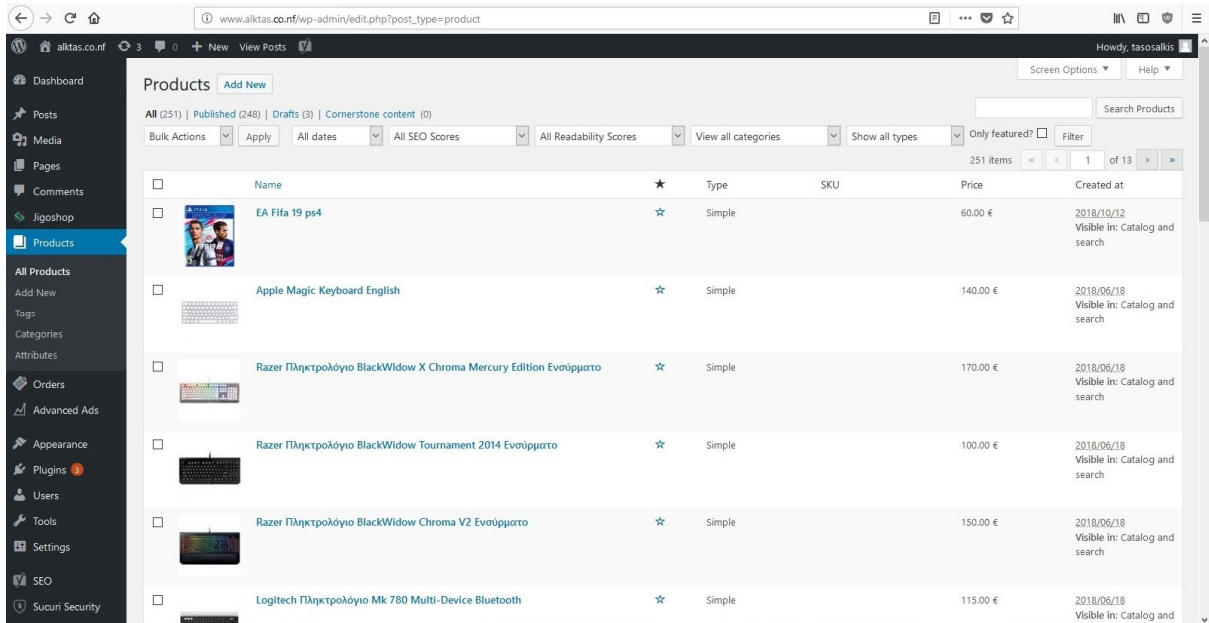
Εικόνα 55: Πατάμε Add new για να δημιουργήσουμε μια νέα κατηγορία προϊόντων



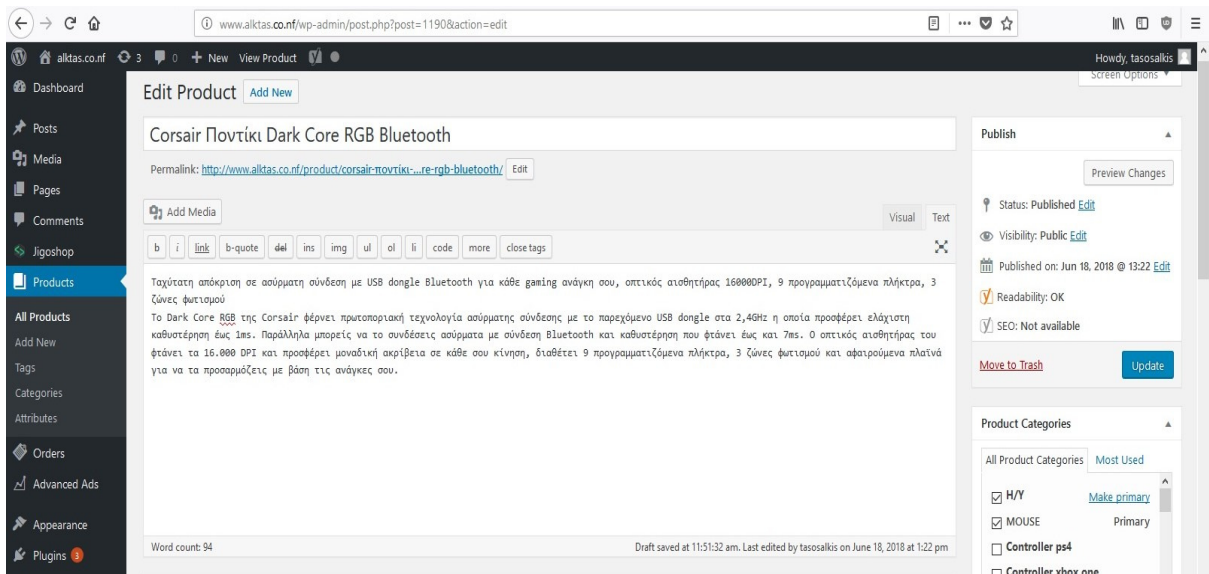
Εικόνα 56: Συμπληρώνουμε το όνομα της κατηγορίας, εικόνα που θέλουμε να έχει και γονική κατηγορία αν έχει.



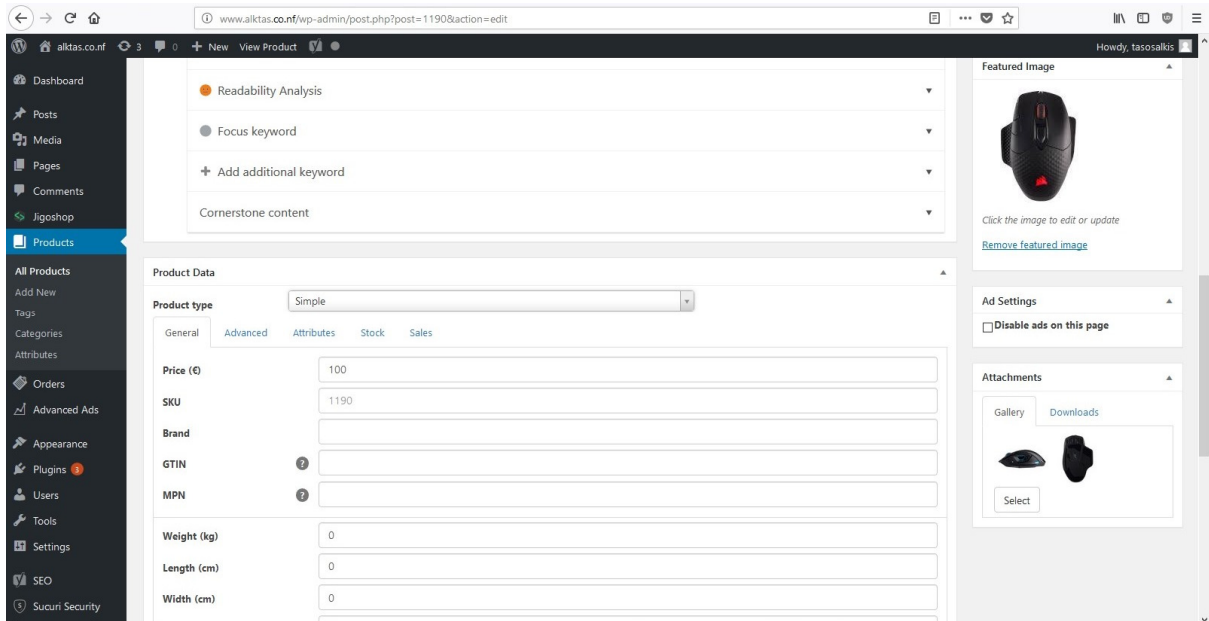
Εικόνα 57: Επιλέγουμε την επέκταση Jigoshop και ύστερα την επιλογή Products



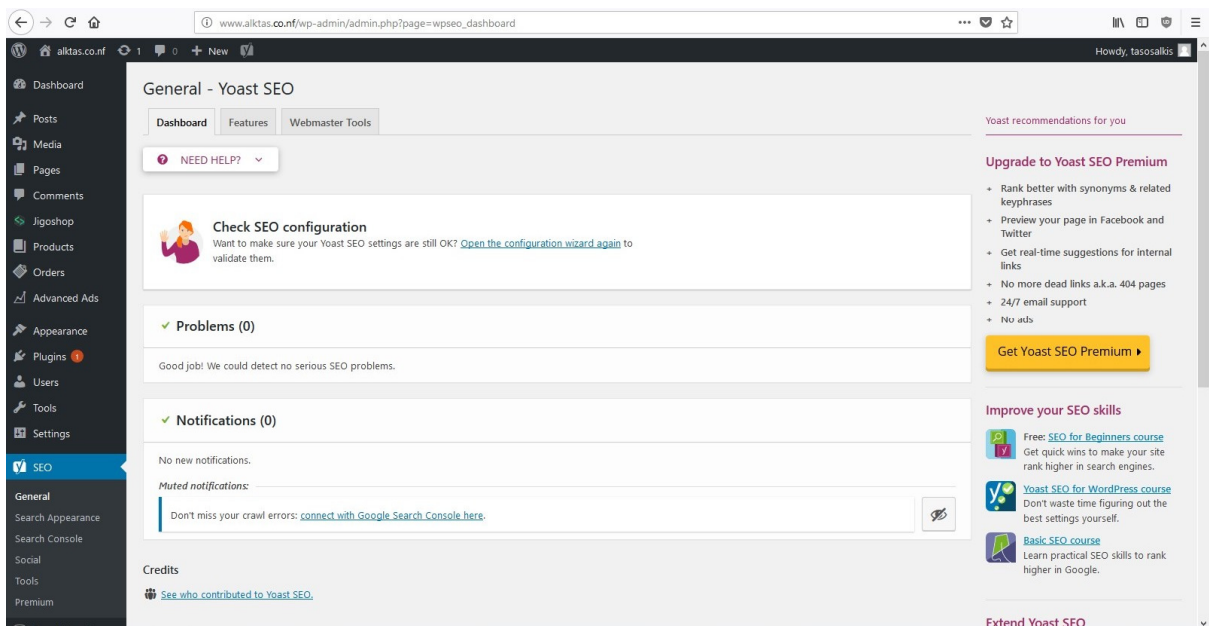
Εικόνα 58: Πατάμε Add new για να δημιουργήσουμε ένα νέο προϊόν



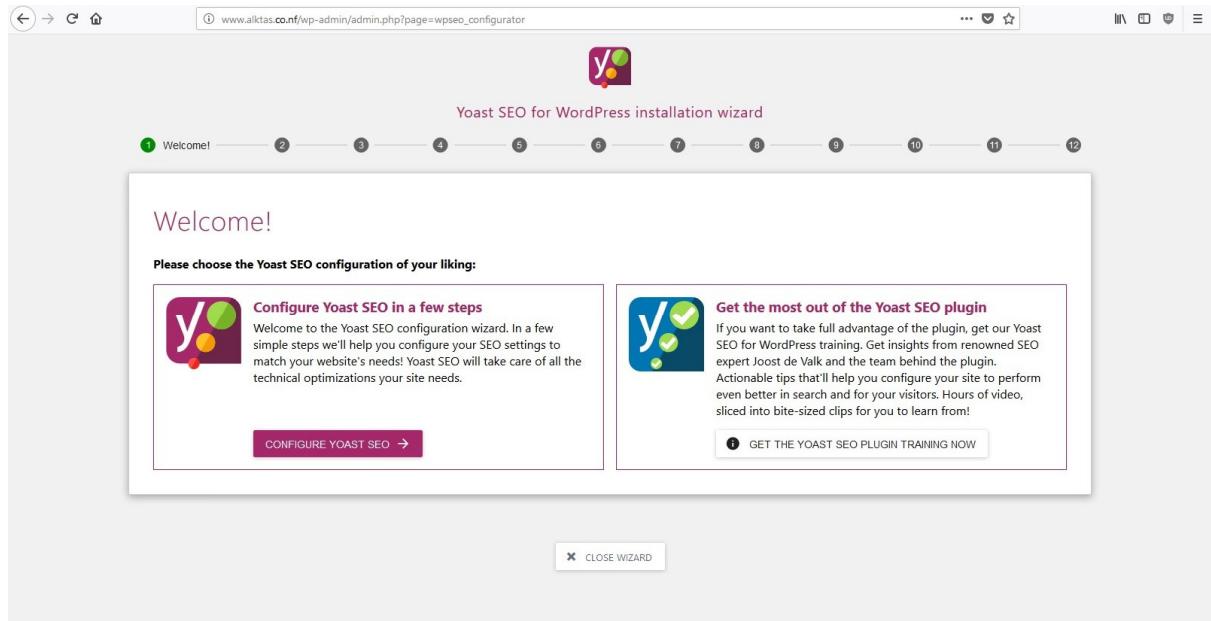
Εικόνα 59: Βάζουμε τον τίτλο του προϊόντος, την περιγραφή και στο Product Categories την κατηγορία ή τις κατηγορίες που ανήκει το προϊόν



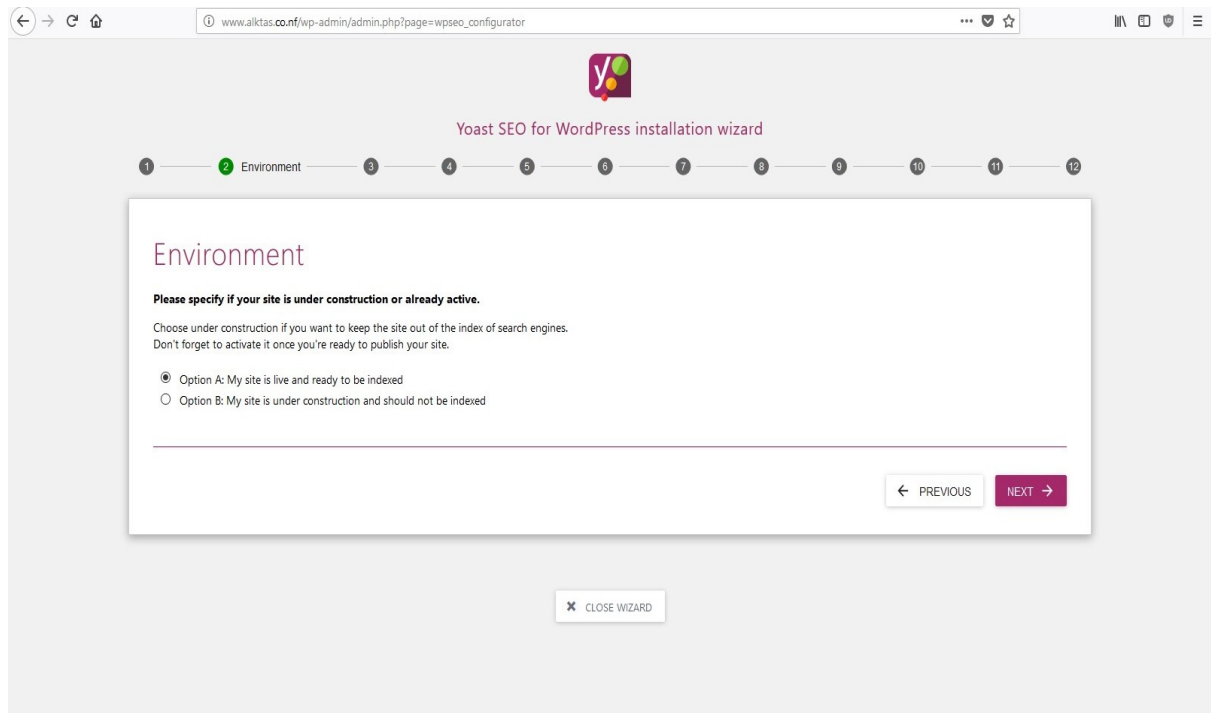
Εικόνα 60: Συμπληρώνουμε την τιμή που θα έχει το προϊόν, την κεντρική φωτογραφία που θα έχει στο Featured Image και δευτερεύον φωτογραφίες στο Attachments-Gallery



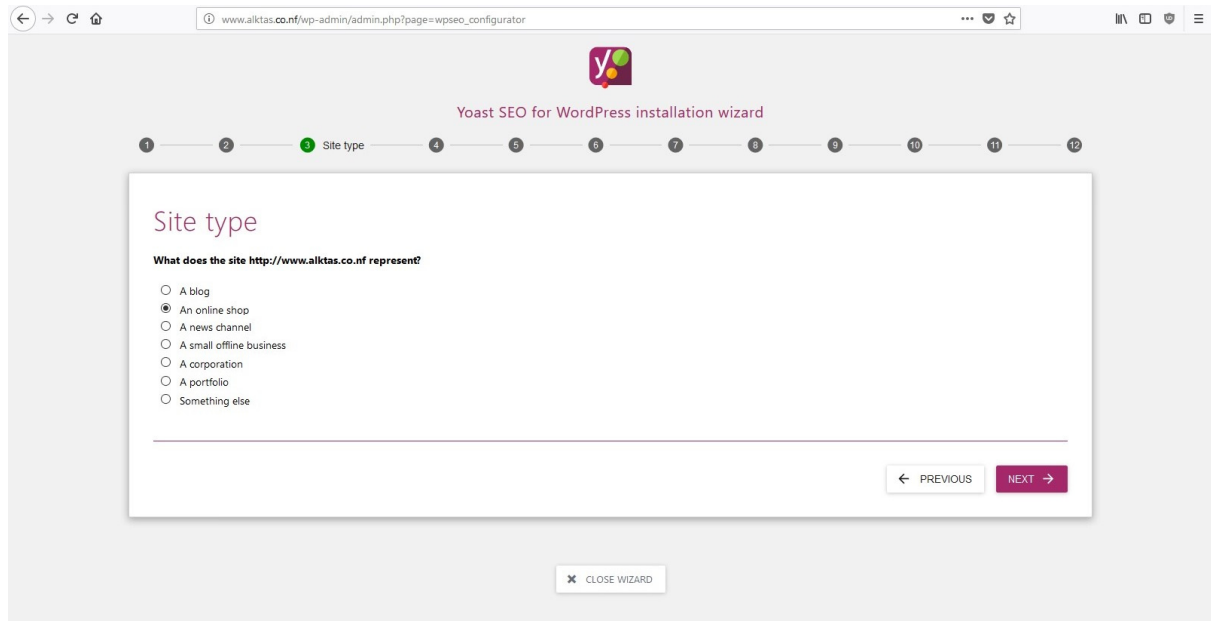
Εικόνα 61: Στην επέκταση Yoast SEO επιλέγουμε Open the configuration wizard (οδηγός ρύθμισης παραμέτρων)



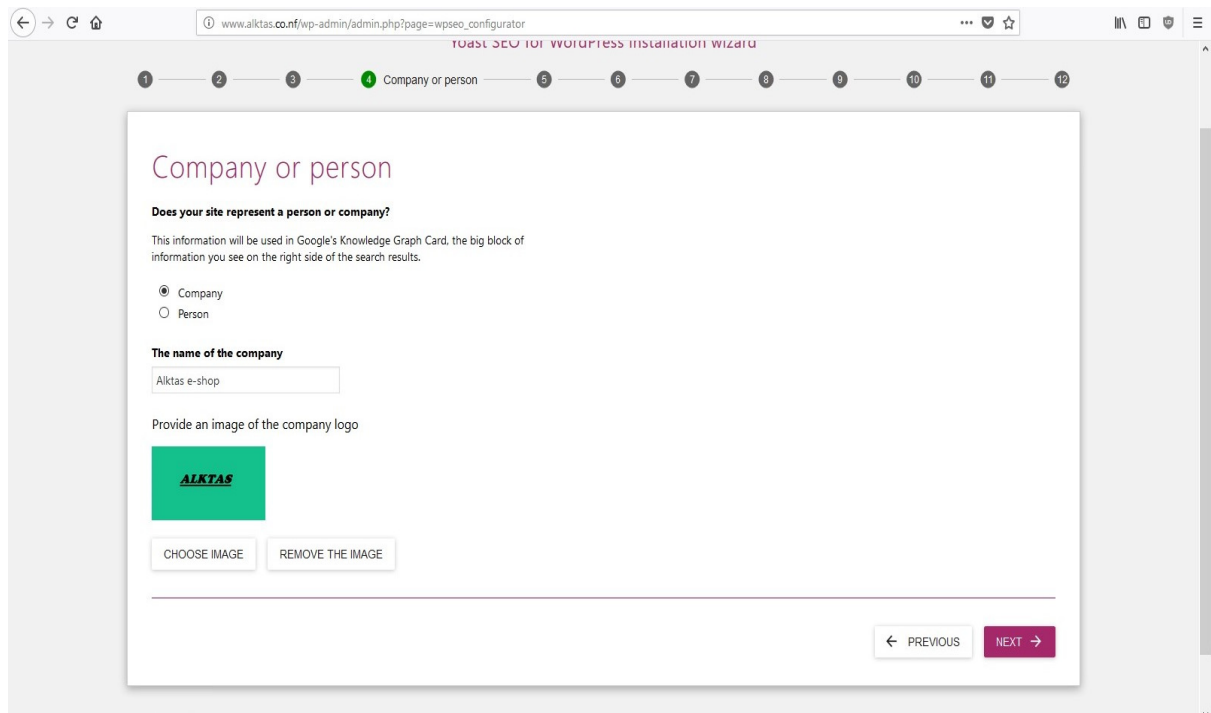
Εικόνα 62: Επιλέγουμε Configure Yoast SEO



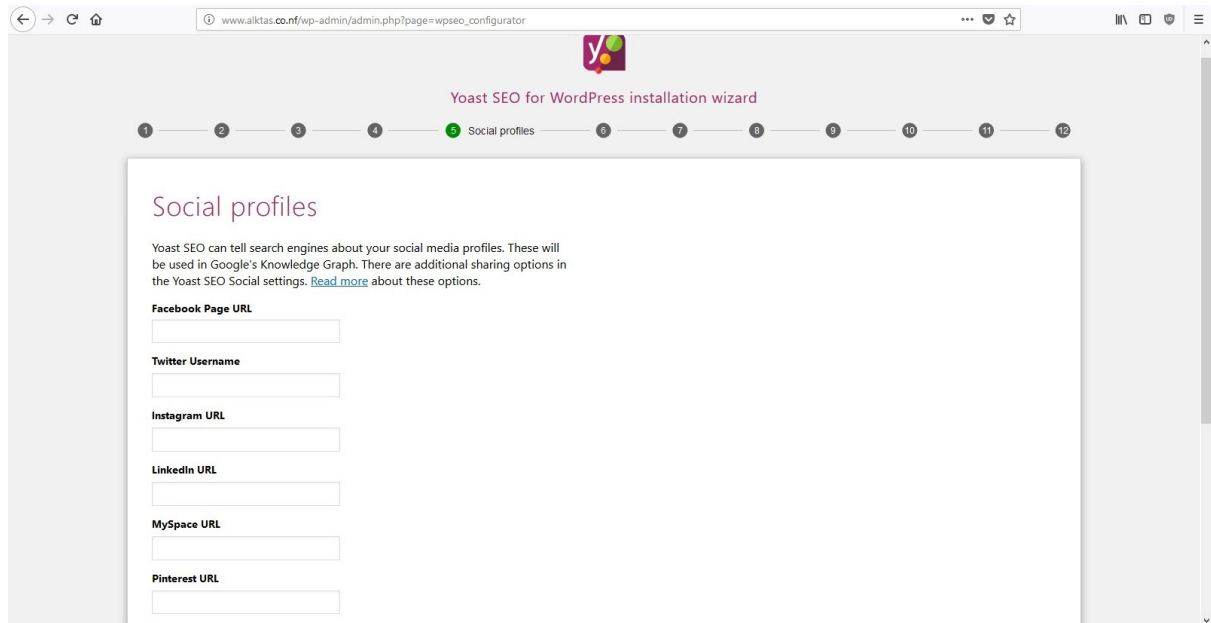
Εικόνα 63: Επιλέγουμε να εμφανίζεται το ηλεκτρονικό κατάστημα στις μηχανές αναζήτησης



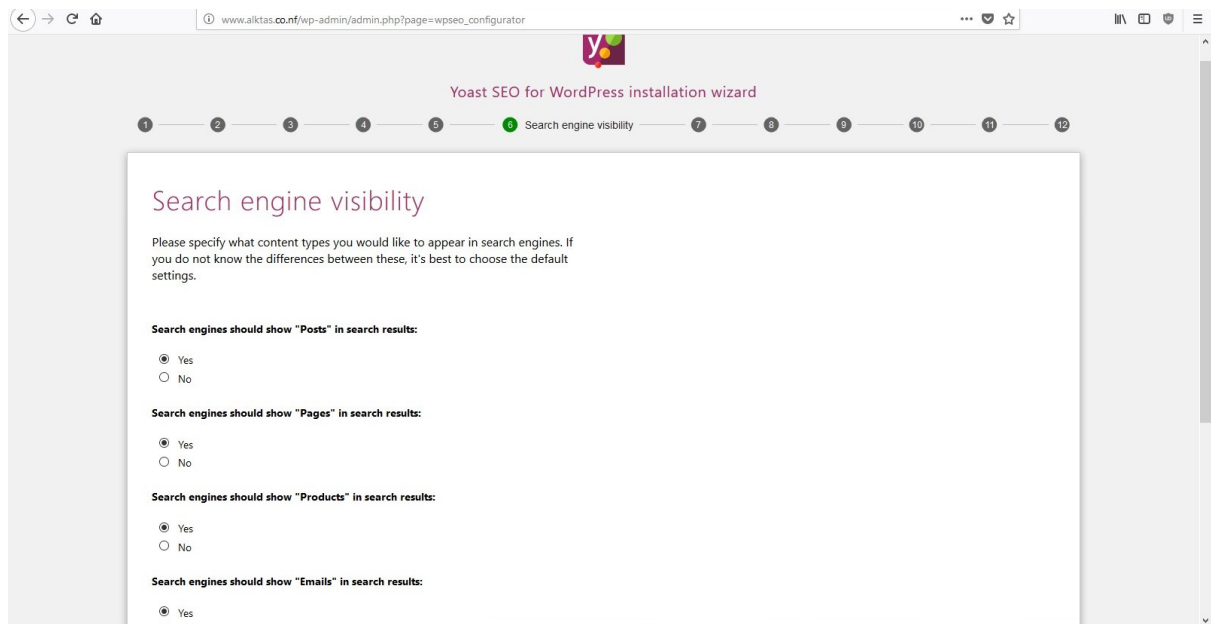
Εικόνα 64: Επιλέγουμε τι εκπροσωπεί η ιστοσελίδα μας (ηλεκτρονικό κατάστημα)



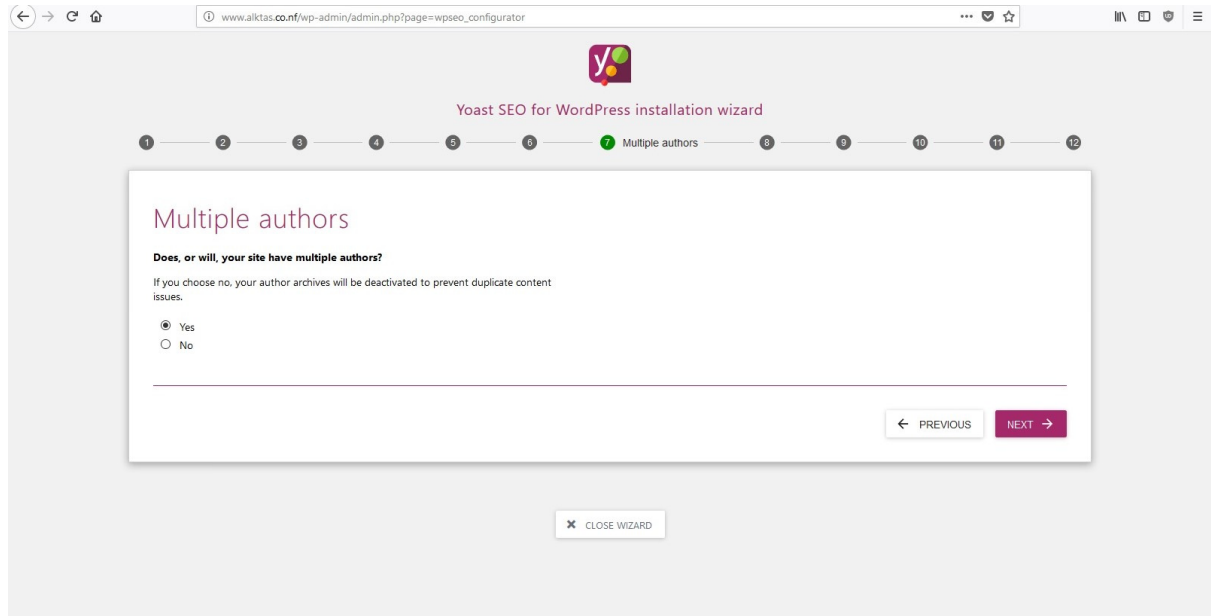
Εικόνα 65: Δίνουμε το όνομα που χρησιμοποιούμε και το logo του e-shop



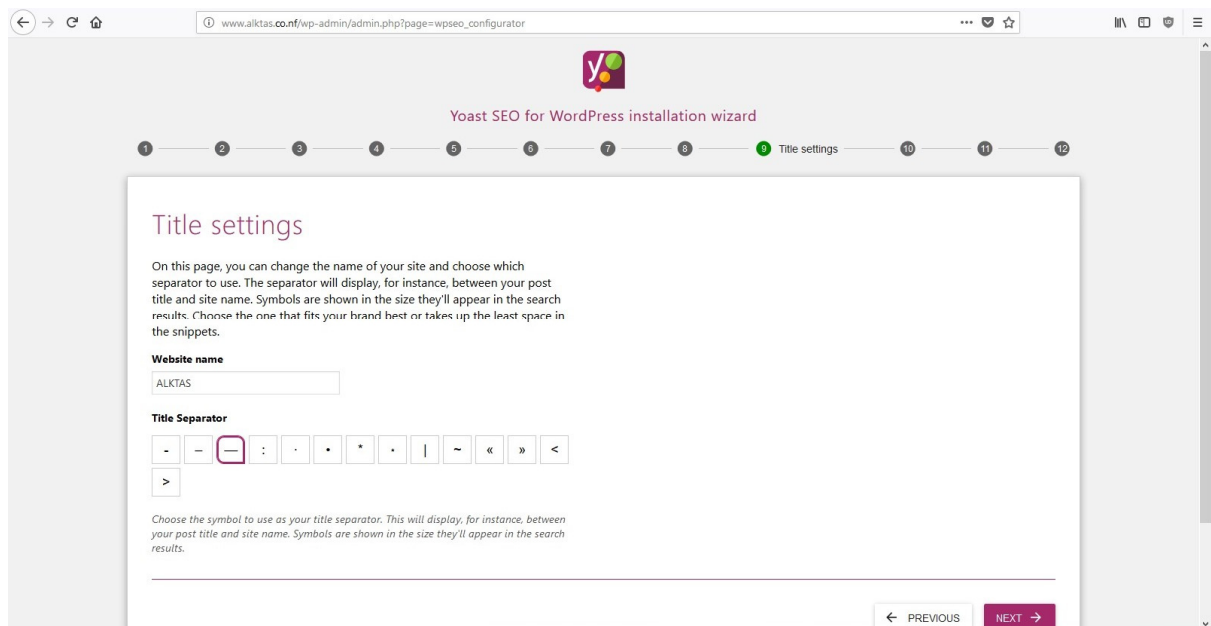
Εικόνα 66: Εισάγουμε τους συνδέσμους από τα social media που υπάρχουν για το κατάστημα



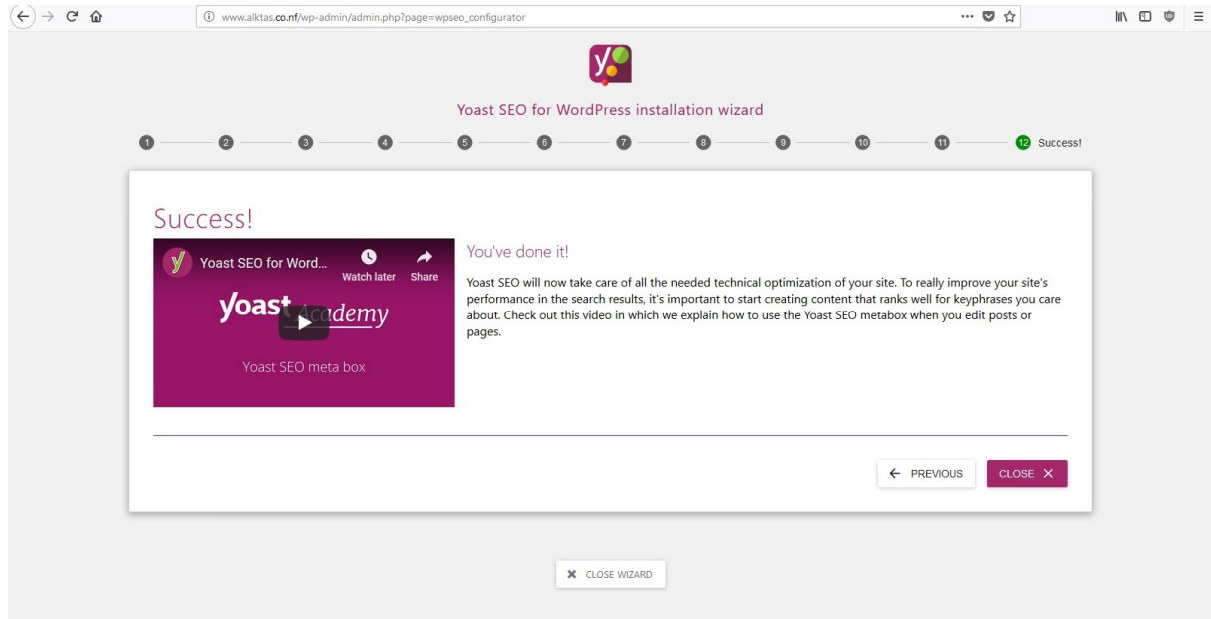
Εικόνα 67: Διαλέγουμε τα περιεχόμενα του e-shop που θέλουμε να εμφανίζονται στις μηχανές αναζήτησης



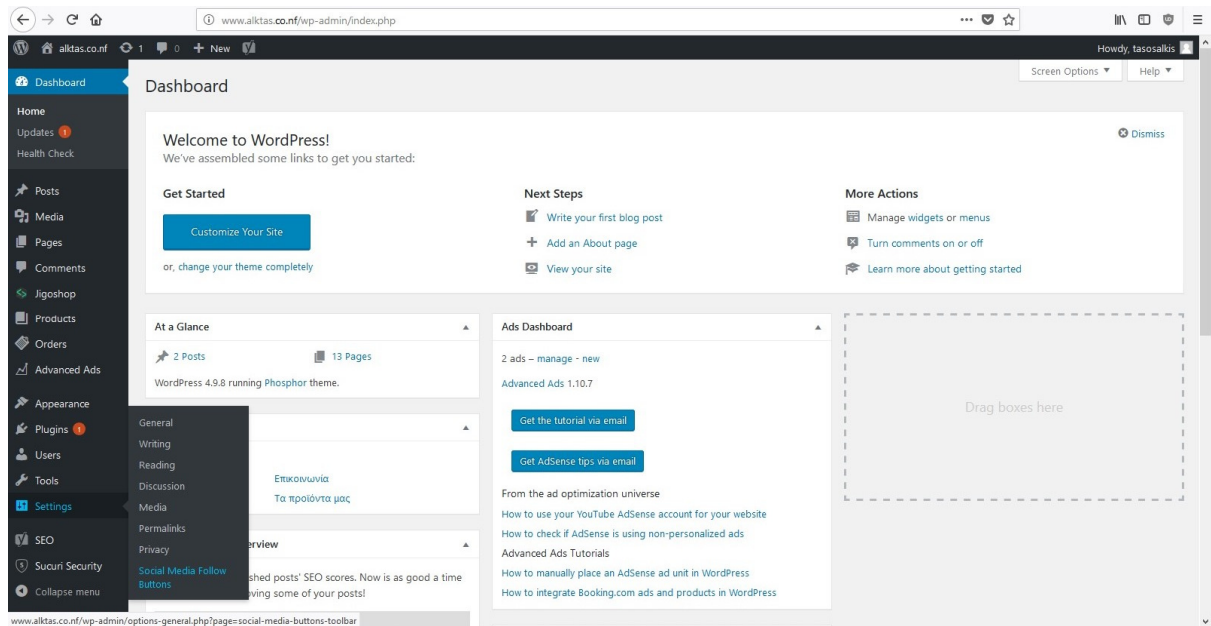
Εικόνα 68: Δηλώνουμε αν γίνονται ή πρόκειται να γίνουν δημοσιεύσεις και από άλλον χρήστη που έχει δικαιώματα



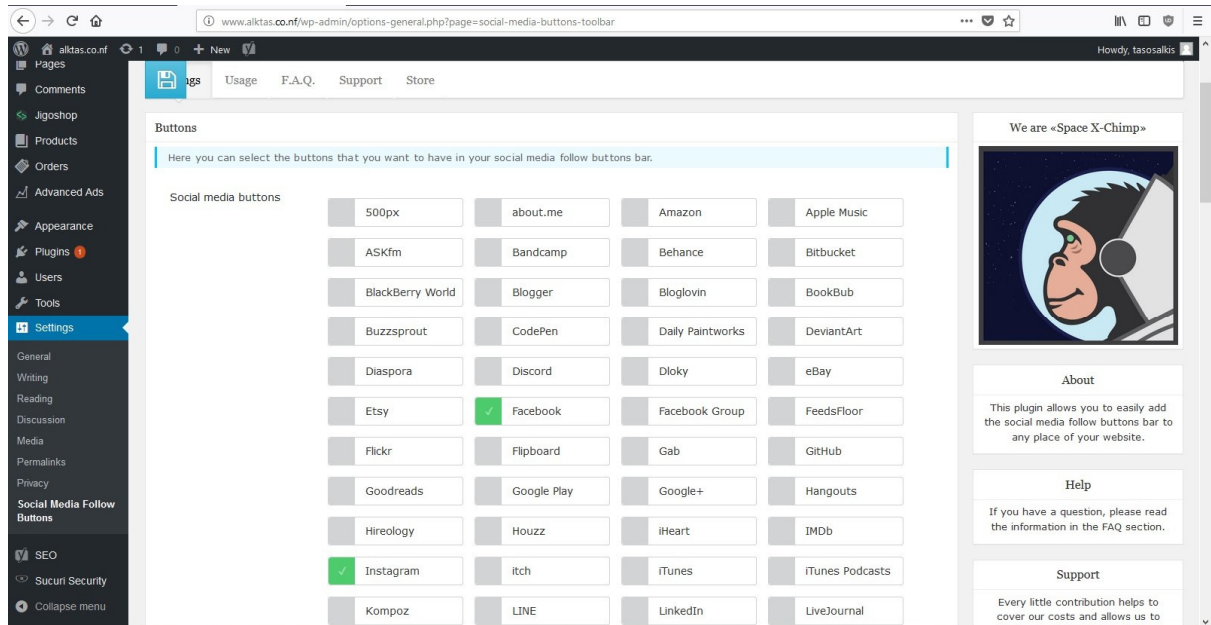
Εικόνα 69: Δίνουμε το όνομα της ιστοσελίδας και το σύμβολο που θα εμφανίζεται μεταξύ τίτλου και περιεχομένου που θα εμφανίζει η αναζήτηση



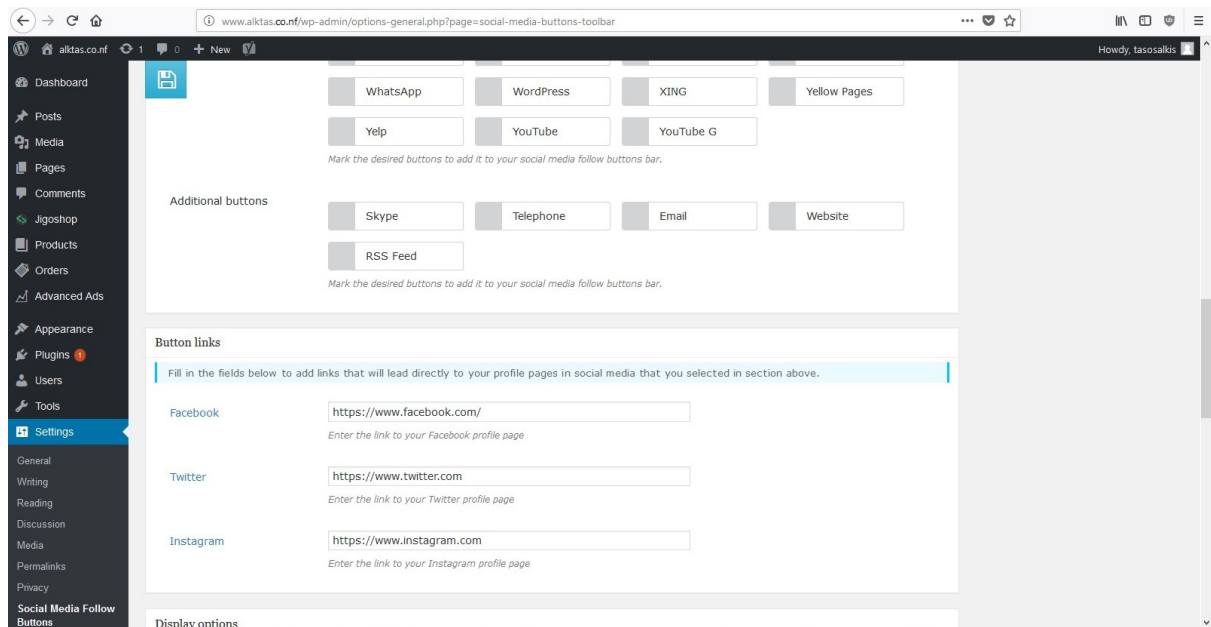
Εικόνα 70: Ο οδηγός ρύθμισης παραμέτρων ολοκληρώθηκε με επιτυχία



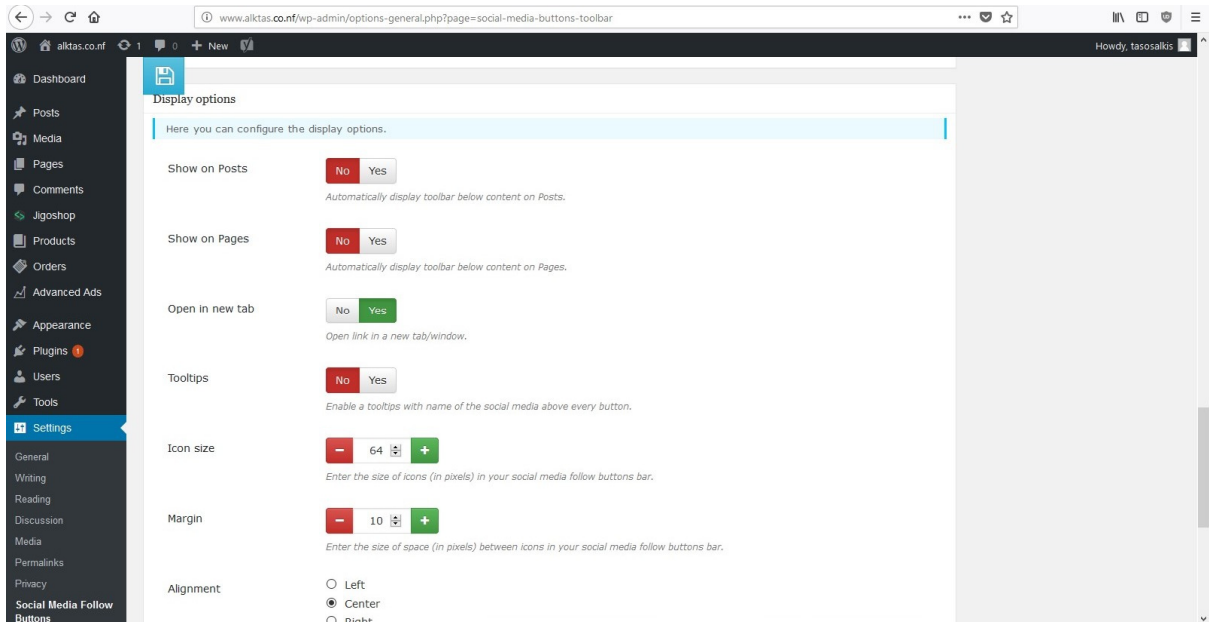
Εικόνα 71: Στις ρυθμίσεις διαλέγουμε την επέκταση Social Media Follow Buttons



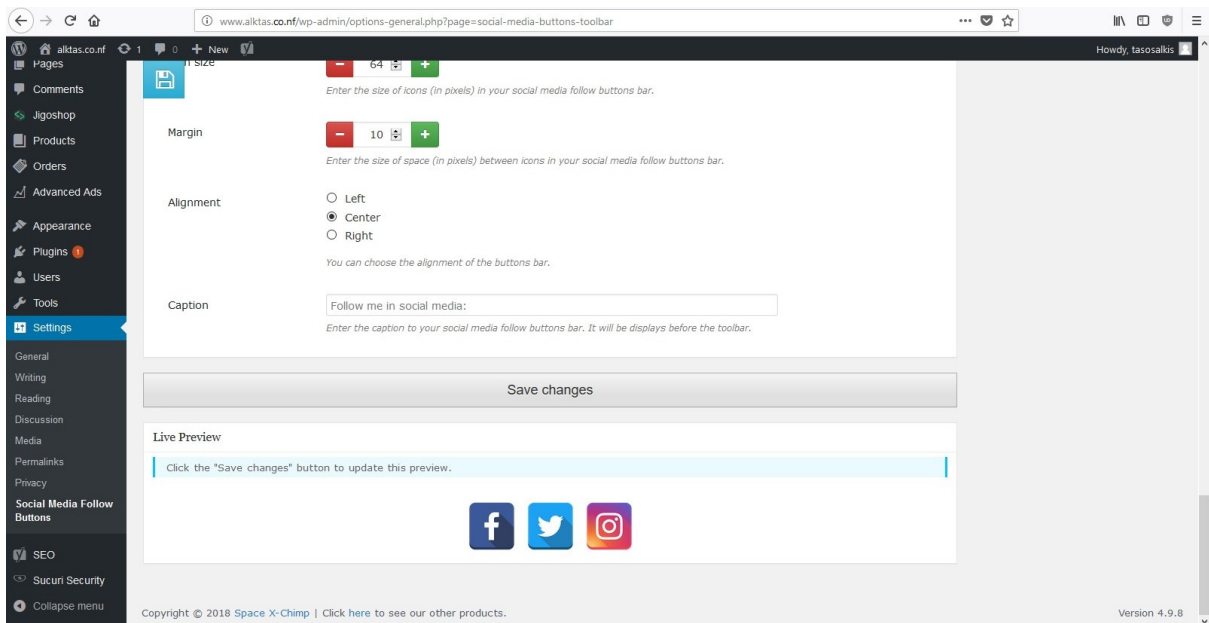
Εικόνα 72: Επιλέγουμε όλα τα social media που θα χρησιμοποιήσουμε από την λίστα



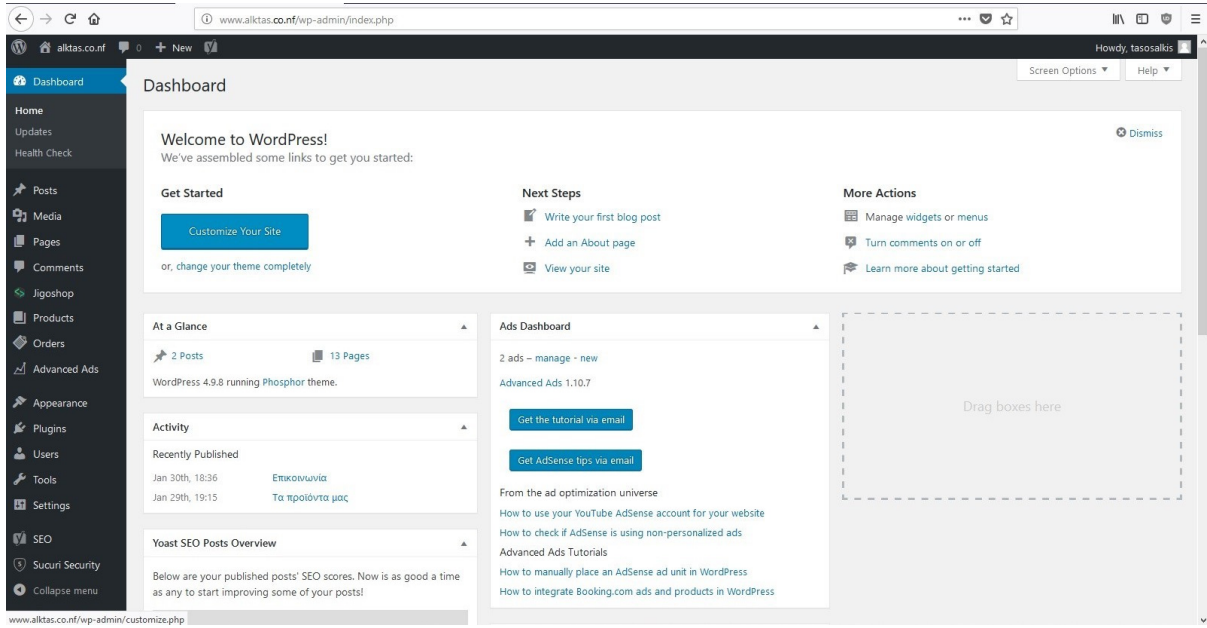
Εικόνα 73: Συμπληρώνουμε τους υπερ-συνδέσμους για το κάθε social media που χρησιμοποιεί το κατάστημα



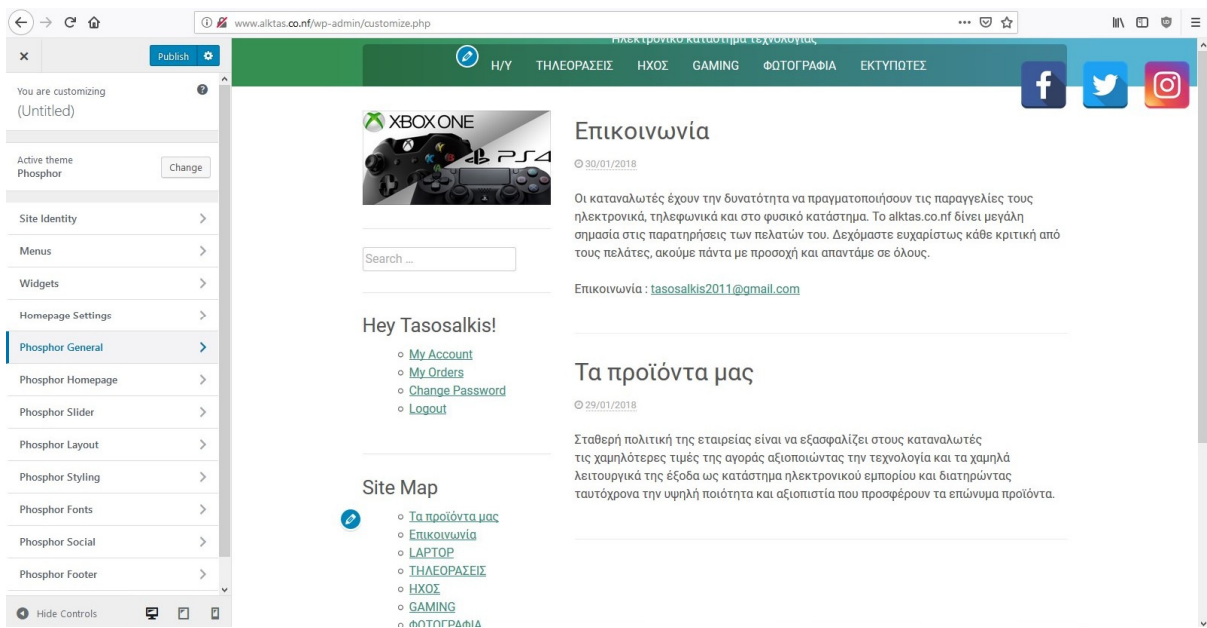
Εικόνα 74: Ρυθμίζουμε που θα εμφανίζονται τα κουμπιά των social media και τις διαστάσεις τους



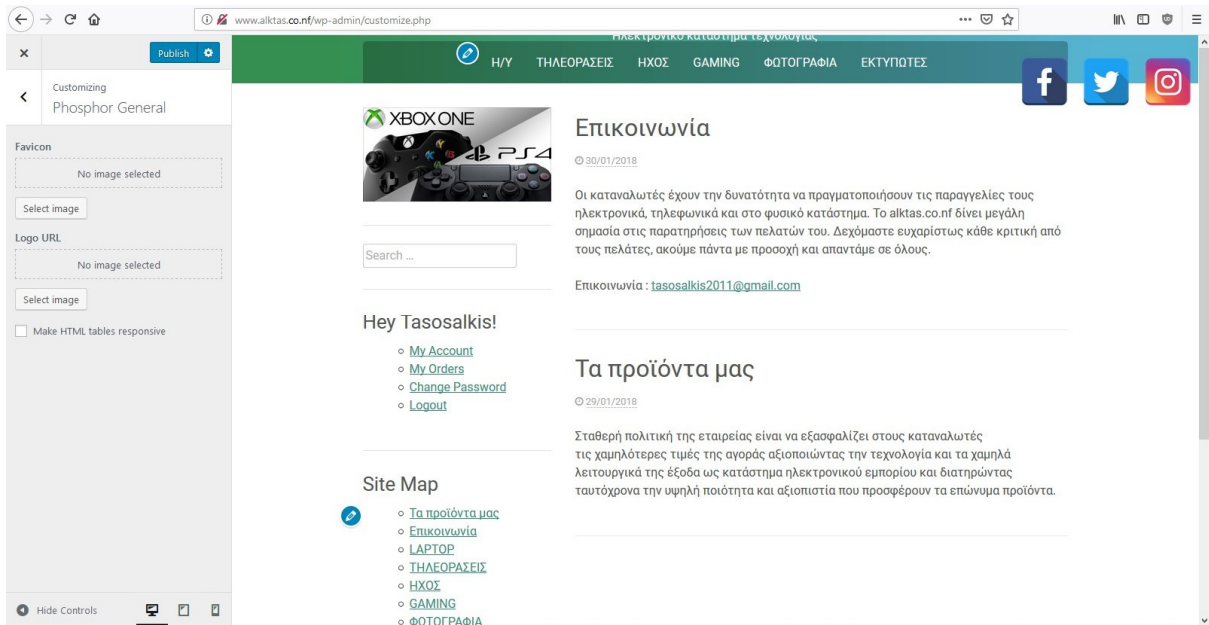
Εικόνα 75: Στο κάτω μέρος φαίνονται πως θα είναι τα εικονίδια, πατάμε αποθήκευση και είμαστε έτοιμοι



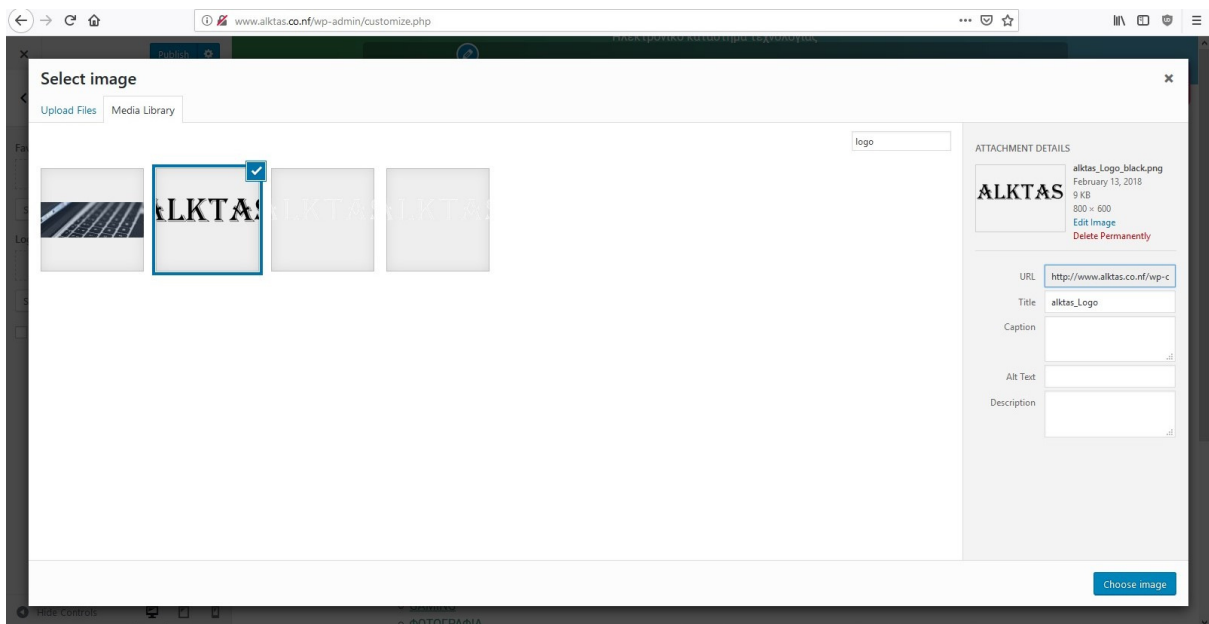
Εικόνα 76: Πατάμε Customize Your Site για να αρχίσουμε να κάνουμε αλλαγές στο θέμα



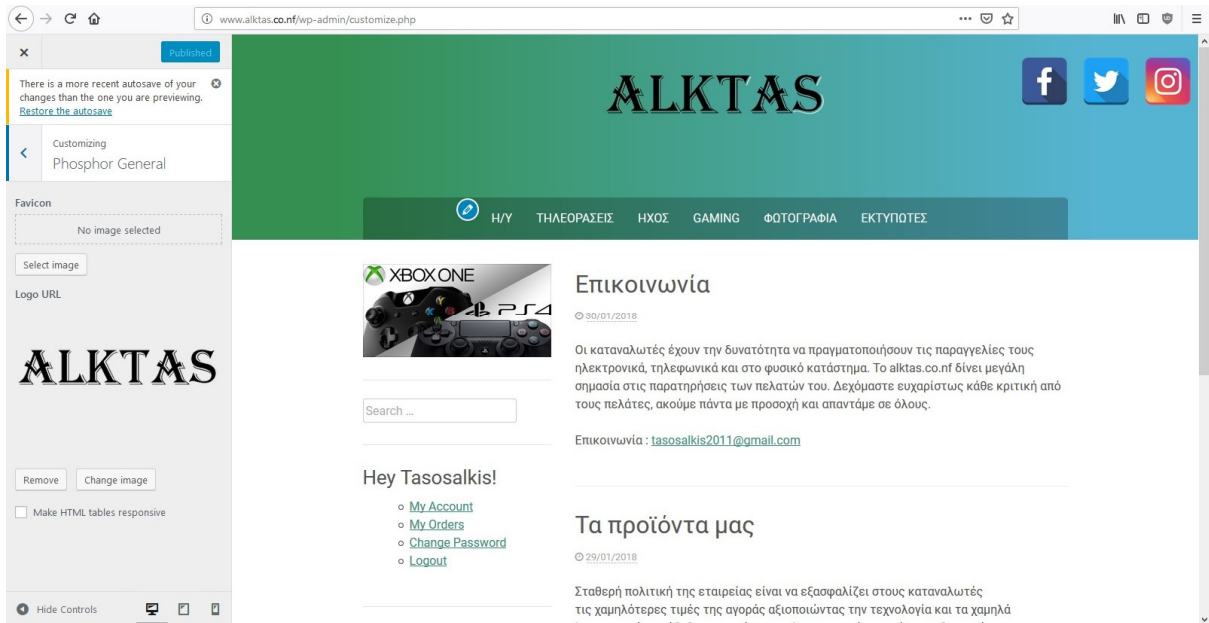
Εικόνα 77: Από την λίστα επιλέγουμε Phosphor General



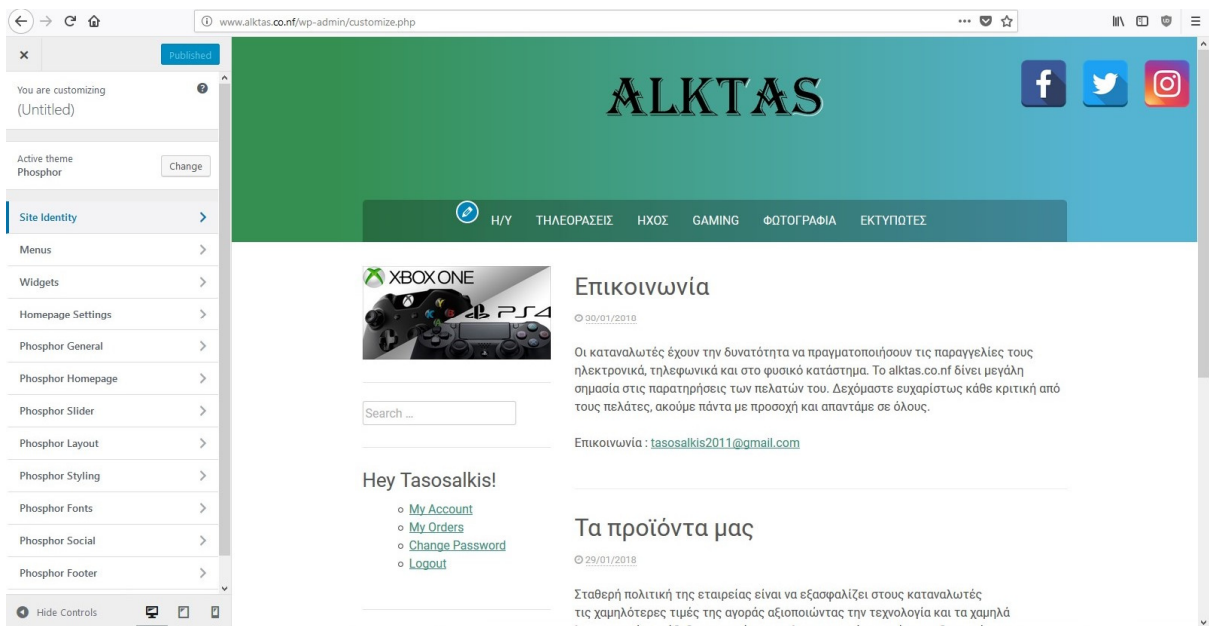
Εικόνα 78: Πατάμε Select image για να επιλέξουμε εικόνα



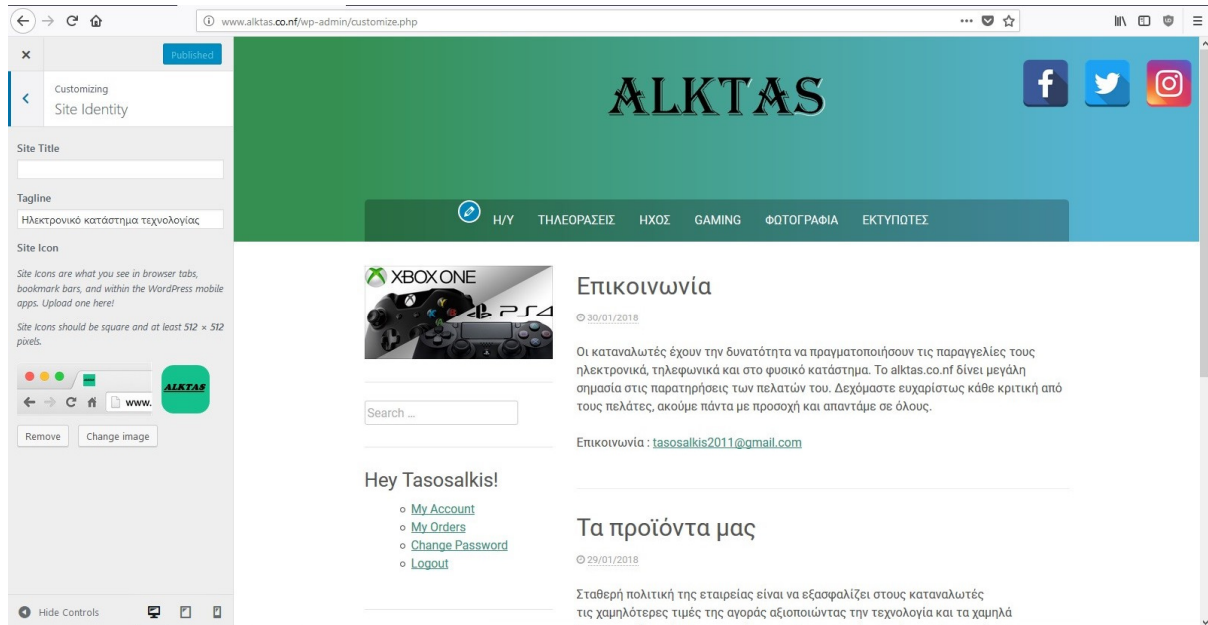
Εικόνα 79: Κάνουμε upload ή επιλέγουμε εάν έχουμε ήδη ανεβάσει το Logo που θα έχει το e-shop



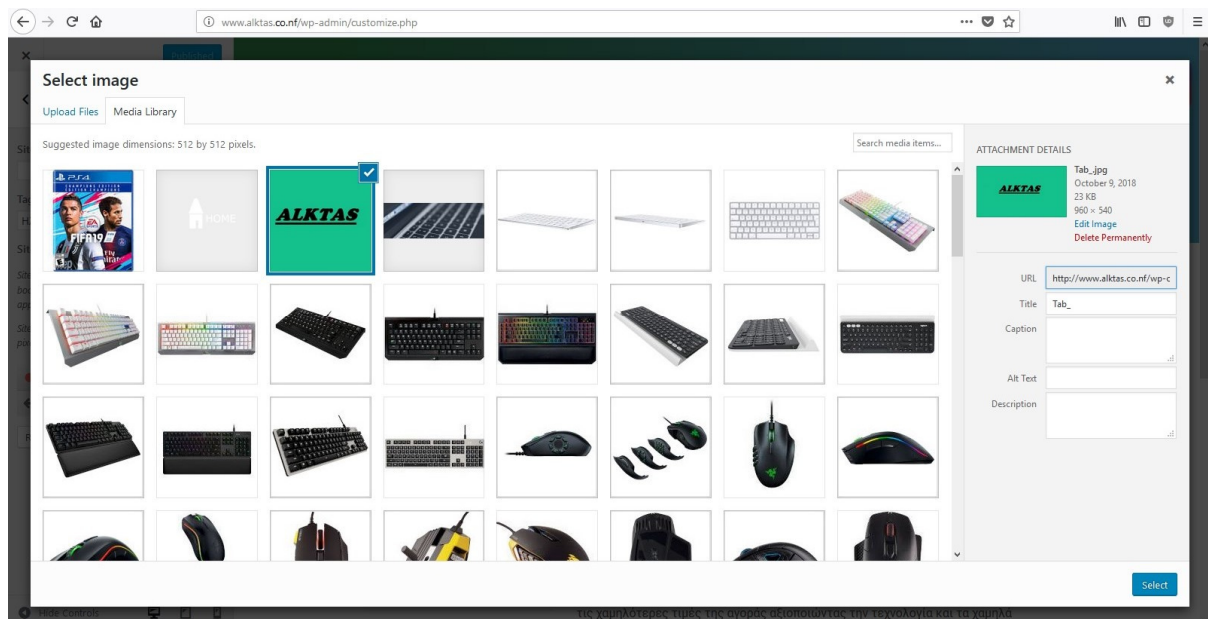
Εικόνα 80: Εμφανίζεται στην αρχική σελίδα το logo που επιλέξαμε



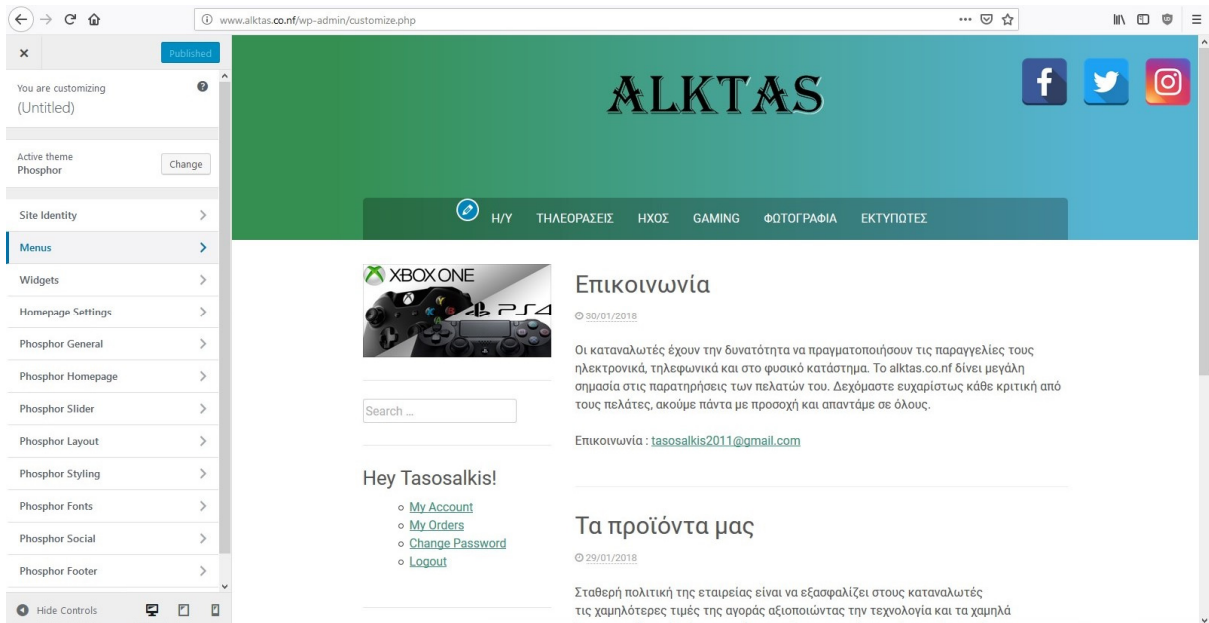
Εικόνα 81: Από την λίστα που εμφανίζεται επιλέγουμε το Site Identity



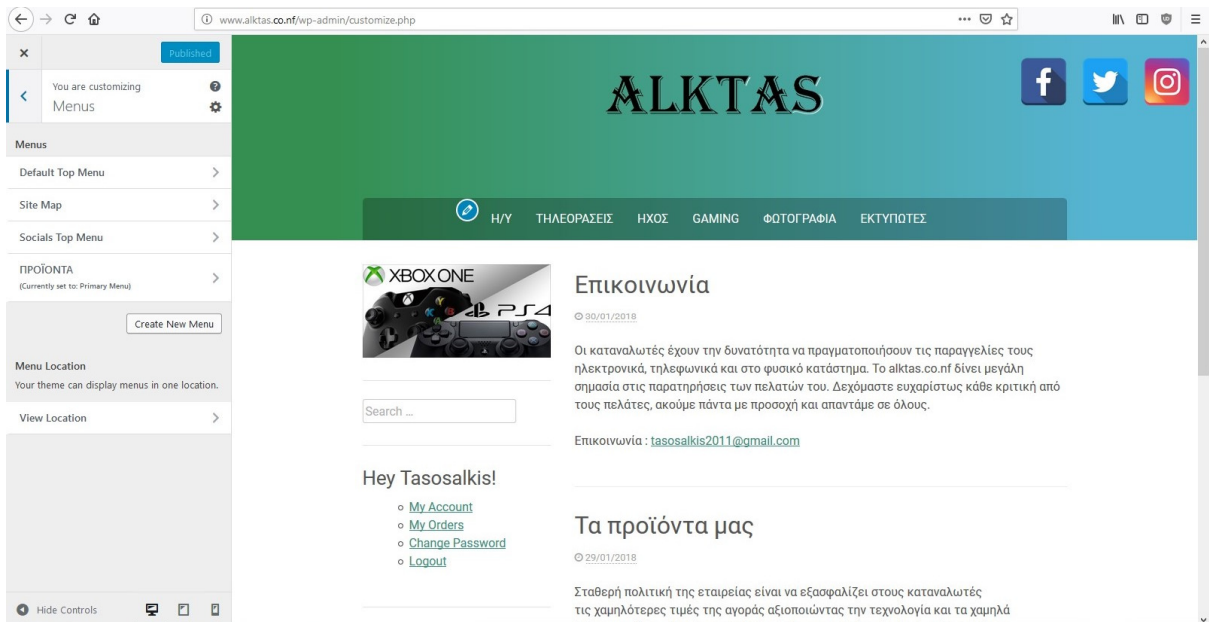
Εικόνα 82: Δίνουμε τον τίτλο που θέλουμε να φαίνεται στο παράθυρο του browser



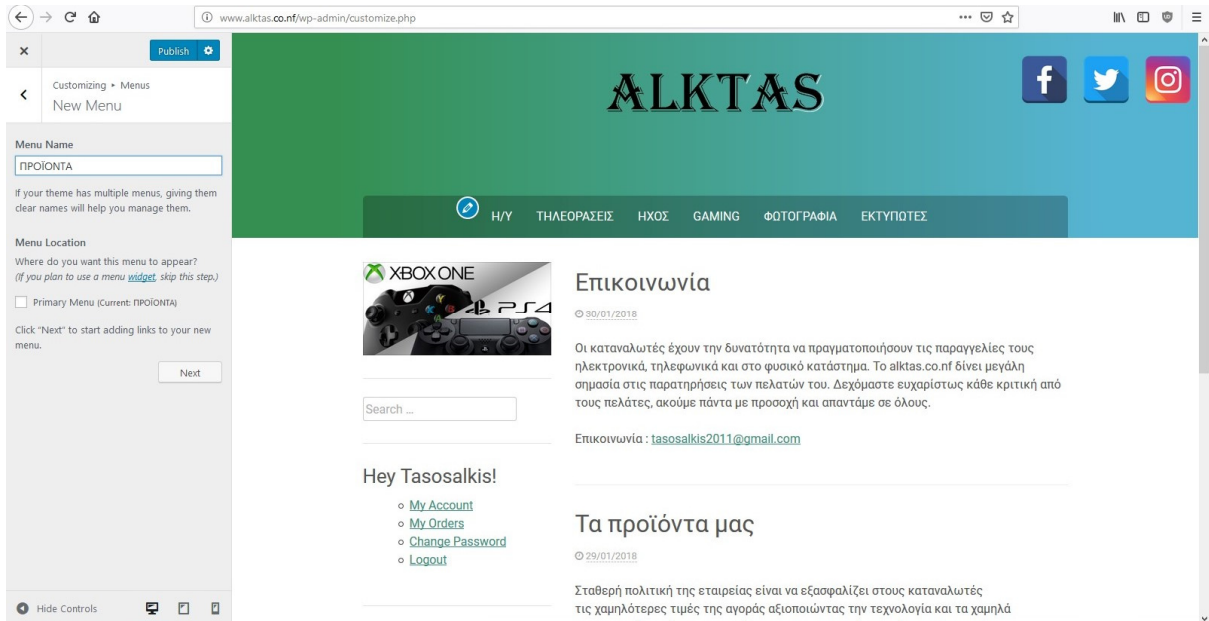
Εικόνα 83: Κάνουμε upload ή επιλέγουμε μια φωτογραφία που έχουμε ήδη ανεβάσει έτσι ώστε να εμφανίζεται στο παράθυρο του περιηγητή ιστού



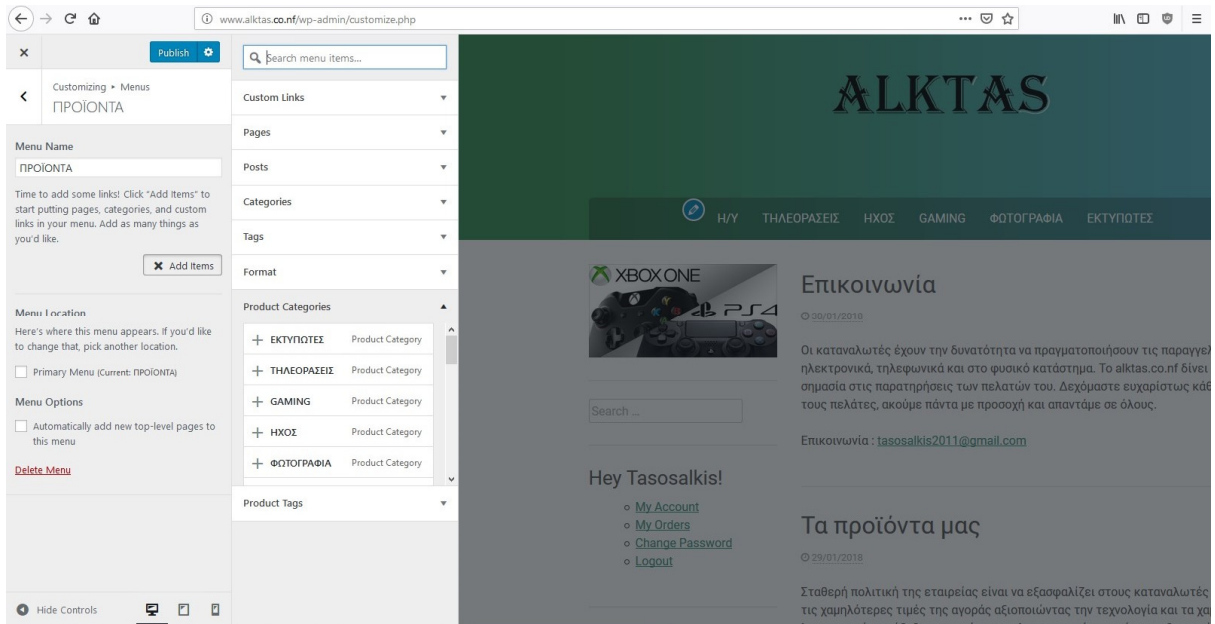
Εικόνα 84: Από την λίστα επιλέγουμε το Menus



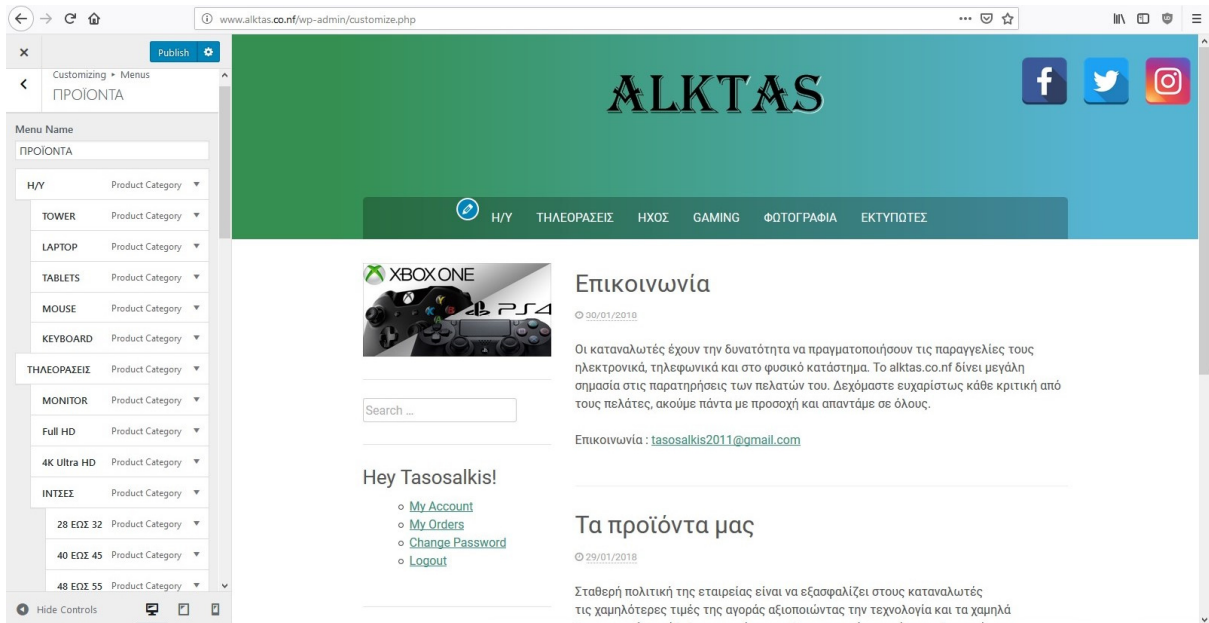
Εικόνα 85: Πατάμε Create New Menu



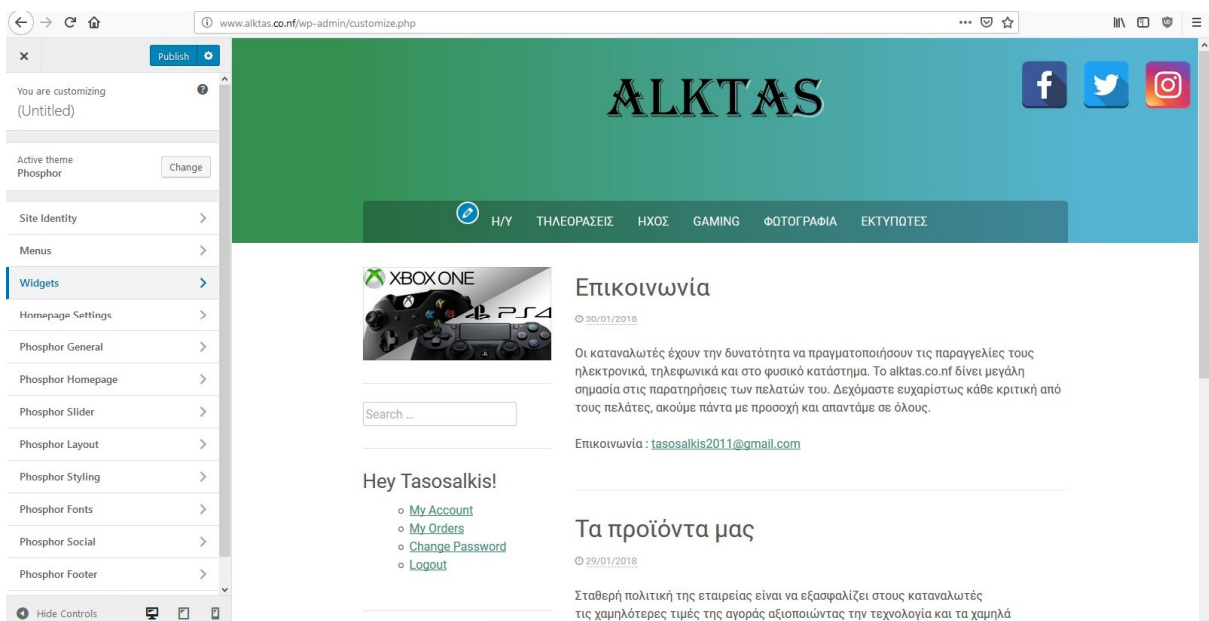
Εικόνα 86: Δίνουμε τον τίτλο που θα έχει το menu



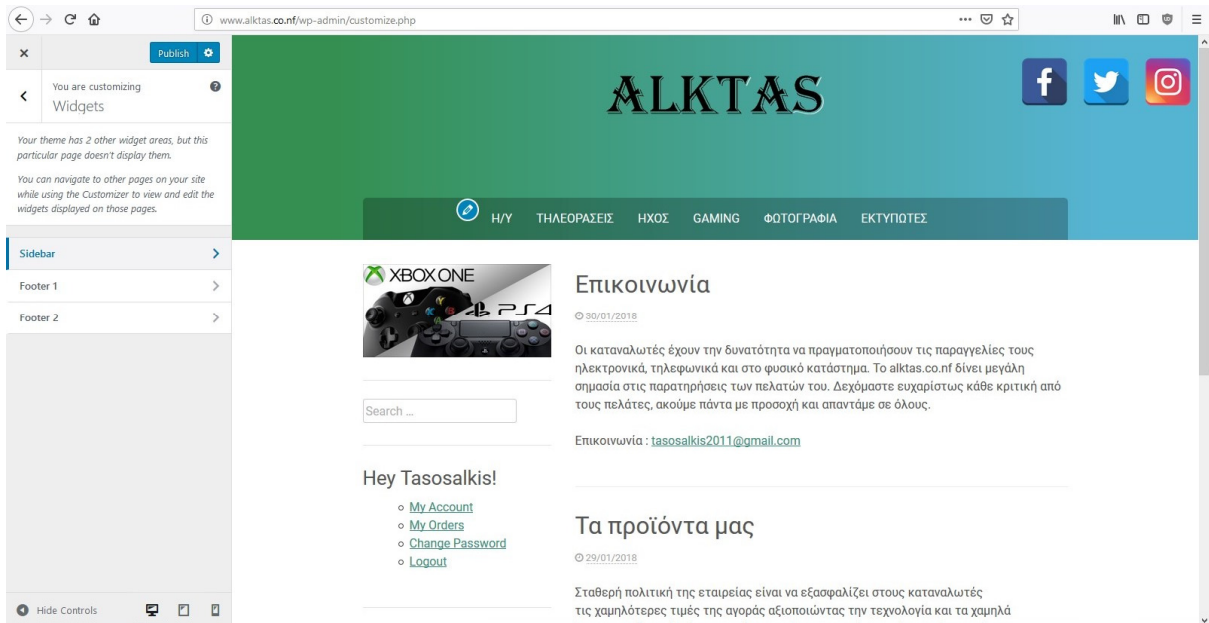
Εικόνα 87: Επιλέγουμε Add items, Product Categories και τις κατηγορίες προϊόντων που θέλουμε



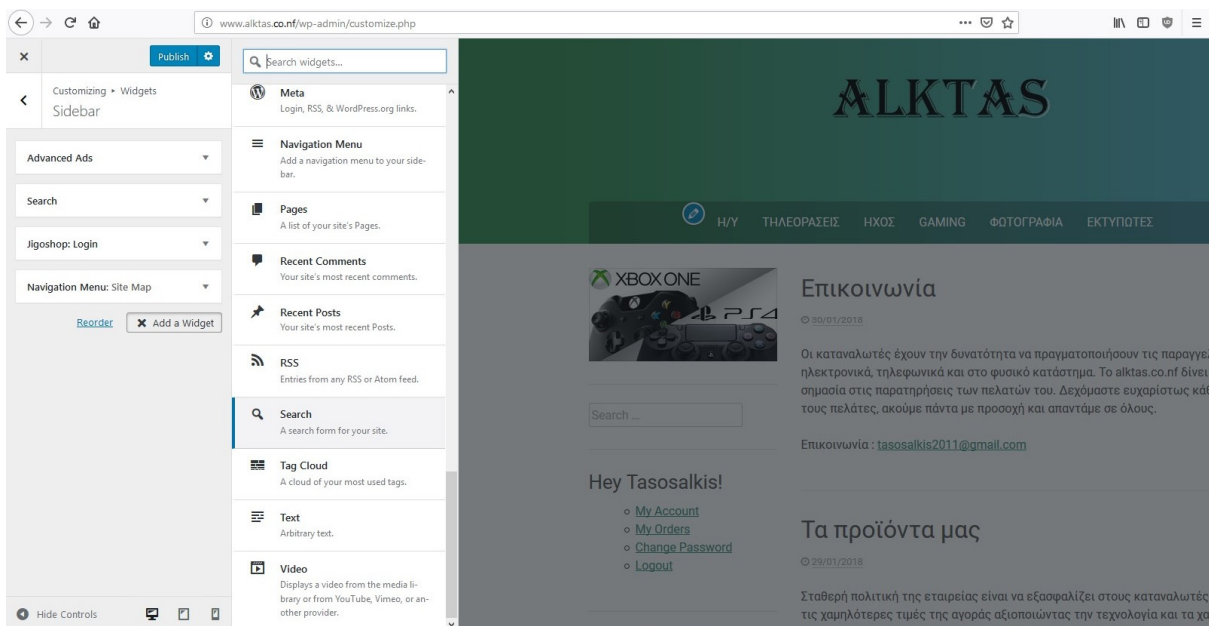
Εικόνα 88: Στοιχίζουμε αριστερά τις κατηγορίες και πιο δεξιά τι υποκατηγορίες σέρνοντας με τον κέρσορα (Drag and Drop)



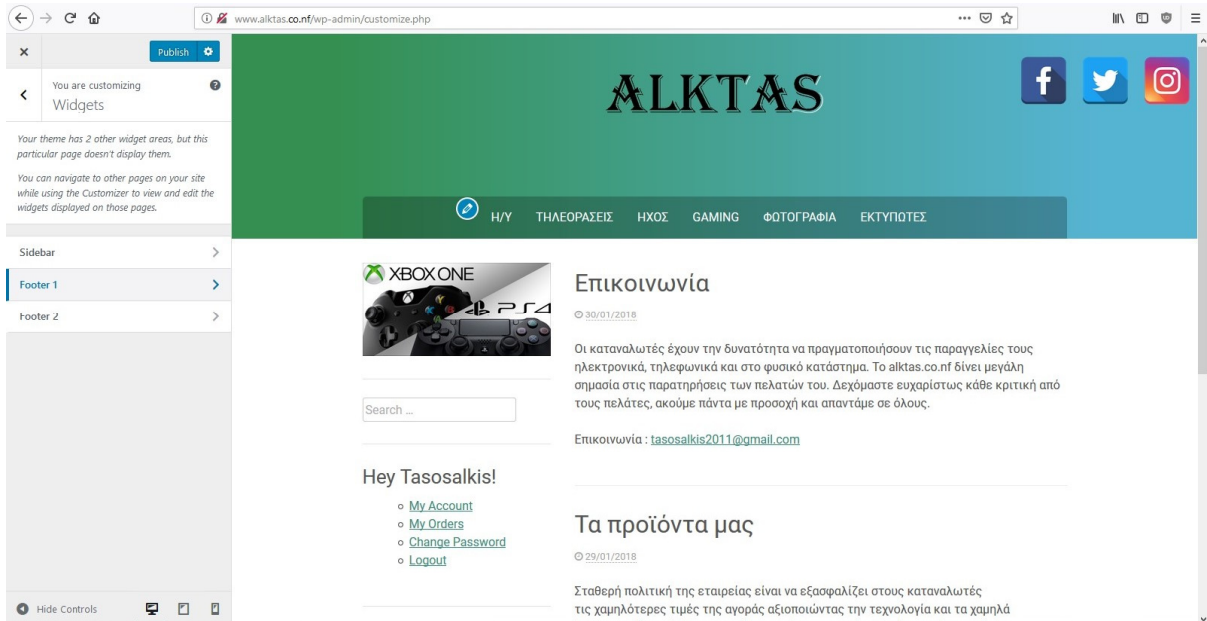
Εικόνα 89: Από την λίστα επιλέγουμε την κατηγορία Widgets



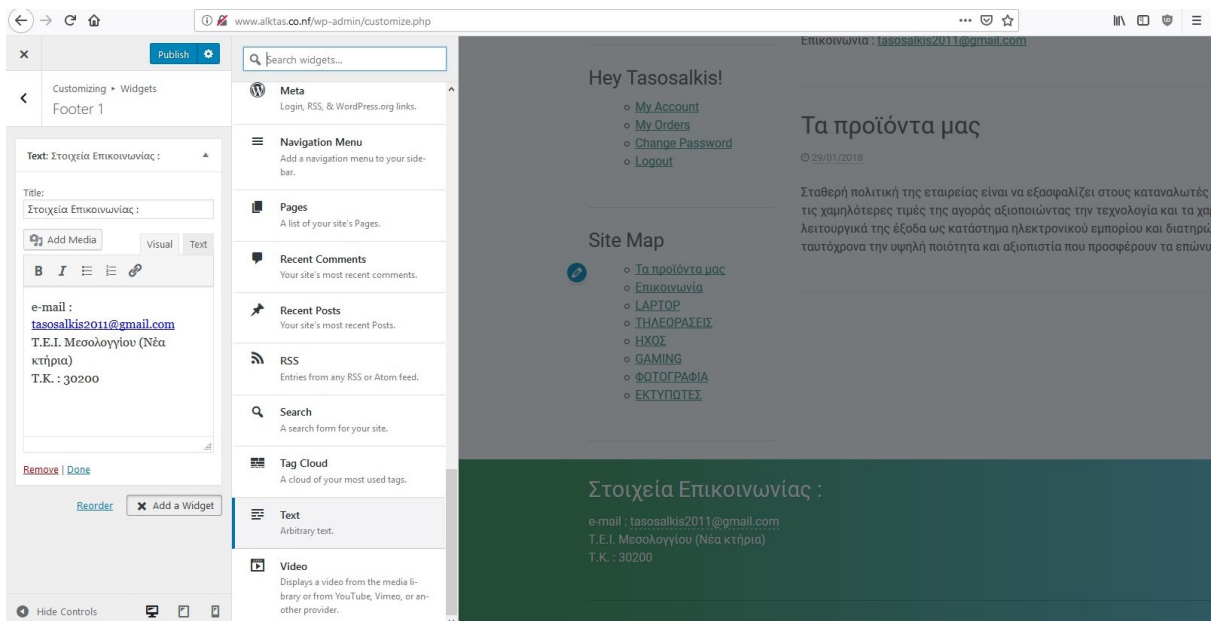
Εικόνα 90: Ύστερα την επιλογή Sidebar



Εικόνα 91: Πατάμε Add a Widget και επιλέγουμε τι θα εμφανίζεται στο Sidebar του ηλεκτρονικού καταστήματος



Εικόνα 92: Στην κατηγορία Widgets επιλέγουμε Footer 1



Εικόνα 93: Επιλέγουμε Add a Widget, Text και συμπληρώνουμε τα στοιχεία επικοινωνίας που θα εμφανίζονται κάτω δεξιά στο τέλος του e-shop

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Wikipedia (2018). Διαδίκτυο Διαθέσιμο στο : <https://el.wikipedia.org/wiki/διαδίκτυο>
[Πρόσβαση 1 Νοεμβρίου 2018]
2. Wikipedia (2018). Πρωτόκολλο Διαθέσιμο στο : <https://el.wikipedia.org/wiki/http>
[Πρόσβαση 1 Νοεμβρίου 2018]
3. Wikipedia (2018). Πρωτόκολλο TCP/IP Διαθέσιμο στο :
<https://el.wikipedia.org/wiki/TCP/IP> [Πρόσβαση 5 Νοεμβρίου 2018]
4. Wikipedia (2018). Ιστοσελίδα Διαθέσιμο στο :
<https://el.wikipedia.org/wiki/ιστοσελιδα> [Πρόσβαση 6 Νοεμβρίου 2018]
5. Kεpa (2018). CMS Διαθέσιμο στο : <http://www.kepa.gov.cy/cms>
[Πρόσβαση 8 Νοεμβρίου]
6. Wikipedia (2018). WordPress Διαθέσιμο στο :
<https://el.wikipedia.org/wiki/WordPress> και <https://el.wordpress.org/> [Πρόσβαση 12
Νοεμβρίου]
Wikipedia (2018). Jigoshop Διαθέσιμο στο: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Jigoshop>
και <https://wordpress.org/plugins/jigoshop/#stats> [Πρόσβαση 13 Νοεμβρίου]
7. Wikipedia (2018). Ηλεκτρονικό εμπόριο στο :
https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικο_εμπόριο και
http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick.aspx?fileticket=yB4w_G0nV8Y%3D
[Πρόσβαση 14 Νοεμβρίου]
8. Wikipedia (2018). Τεχνολογίες και η ασφάλεια στο διαδίκτυο Διαθέσιμο στο :
<https://el.wikipedia.org/wiki/τεχνολογιεςκαιασφαλεια> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου]

Copyright © ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Όνομα επίθετο σπουδαστή, [Έτος ολοκλήρωσης πτυχιακής]