

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

**Πτυχιακή Εργασία**

**«Δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος  
με χρήση του Συστήματος Διαχείρισης  
Περιεχομένου (CMS ) Drupal»**

**Σπουδαστές:**

**Σαλώμη Καμπουρογιάννη**

**Ελένη Ναούμ**

**Επιβλέπων Καθηγητής:**

**Γκίκας Δημήτριος**

**Μεσολόγγι, Απρίλιος 2017**

## Περίληψη

Βασικός στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και η παρουσίαση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με κινητά τηλέφωνα, με χρήση του Drupal, ενός σύγχρονου συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Η εφαρμογή περιέχει πληροφορίες για κινητές συσκευές, φόρμας επικοινωνίας, καλάθι αγορών ,plugin για social media.

Επιτρέπει στο χρήστη να αναζητήσει κάποιο προϊόν να δει τα χαρακτηριστικά του, να το αγοράσει. Η κατασκευή του site έχει γίνει με τέτοιο τρόπο που να είναι δυνατή η δυναμική ενημέρωση του περιεχομένου του.

Περιγράφεται η διαχείριση του server ( Wamp, Xampp) και που μπορεί κάποιος να βρει την βάση δεδομένων, File manager σε περίπτωση που θα θέλει να κάνει παραμετροποιήσεις .

Στη συνέχεια περιγράφουμε τις ενέργειες που κάναμε καθώς μεταφέραμε την ιστοσελίδα από τον το server σε έναν άλλο server.

Περιγράφονται τα χαρακτηριστικά και οι δυνατότητες του Drupal καθώς και το ηλεκτρονικό εμπόριο, αφού θα ασχοληθούμε με ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πώλησης κινητών τηλεφώνων.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα θα είναι απλό και λιτό . Τα προϊόντα θα παρουσιάζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί ο πελάτης να επιλέξει και να δημιουργήσει το δικό του καλάθι . Τα προϊόντα ομαδοποιούνται σε κατηγορίες ανάλογα με το είδος για τον ευκολότερο εντοπισμό τους. Έτσι οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα ευκολότερης αναζήτησης των προϊόντων.

Εξηγούνται όλες οι λειτουργίες και οι ρυθμίσεις που γίνονται για τη λειτουργία της εφαρμογής και το Drupal δίνει τη δυνατότητα στο διαχειριστή συστήματος να οργανώνει το περιεχόμενο της ιστοσελίδας , να αυτοματοποιεί κάποιες λειτουργίες του συστήματος και να υπάρχει σωστή επικοινωνία και συνδιαλλαγή με τους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος. Επιπλέον, εξαιτίας ότι το Drupal συνδέεται άμεσα με άλλες τεχνολογίες όπως HTML, PHP ,MySQL και τον εξυπηρετητή Apache αποκομίσθηκαν γνώσεις το πως θα χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό με το Drupal. Τέλος χρησιμοποιώ το ,το βασικό module που θα το εισάγω στο Drupal για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Για όλες αυτές τις τεχνολογίες θα αναφερθούμε λεπτομερώς παρακάτω στην παρούσα εργασία.

## Περιεχόμενα

|  |    |
|--|----|
| Σκοπός και στόχος της εργασίας.....  | 8  |
| Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> Διαδίκτυο και Παγκόσμιος Ιστός .....               | 9  |
| 1.1 Τι είναι διαδίκτυο – Ιστορία του Διαδικτύου.....                       | 9  |
| 1.1.1 Παγκόσμιος Ιστός .....   | 9  |
| 1.2 Η τεχνολογία του Διαδικτύου .....                                      | 11 |
| 1.3 Πρωτόκολλο μεταφοράς Υπερκειμένου (HTTP) .....                         | 12 |
| 1.3.1 Πρωτόκολλο μεταφοράς Υπερκειμένου (HTTP) .....                       | 12 |
| 1.3 Τι είναι ιστοσελίδα.....   | 12 |
| 1.4 Ασφάλεια στο Διαδίκτυο .....   | 13 |
| Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> Ηλεκτρονικό Εμπόριο .....                          | 15 |
| 2.1 Ορισμός του Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....                                | 15 |
| 2.2 Βασικά Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....                                | 16 |
| 2.1.1 Επιχείρηση – επιχείρηση .....  | 16 |
| 2.1.2 Επιχείρηση – καταναλωτής.....  | 16 |
| 2.1.3 Επιχείρηση - δημόσια διοίκηση.....                                   | 17 |
| 2.1.4 Καταναλωτής - δημόσια διοίκηση.....                                  | 17 |
| 2.2 Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....            | 17 |
| Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.....              | 19 |
| 3.1 Τι είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου .....                    | 19 |
| 3.2 Κριτήρια επιλογής ανάπτυξης ιστοσελίδων .....                          | 20 |
| 3.2.1 Πλεονεκτήματα μιας Στατικής Ιστοσελίδας .....                        | 20 |
| 3.2.2 Μειονεκτήματα Στατικής Ιστοσελίδας .....                             | 20 |
| 3.3.1 Πλεονεκτήματα μιας Δυναμικής Ιστοσελίδας.....                        | 21 |
| 3.3.2 Μειονεκτήματα μιας Στατικής Ιστοσελίδας .....                        | 21 |
| 3.4 Επικρατέστερα CMS Στρατηγικές σχεδίασης cms και Επιλογή τελικού cms.21 |    |
| 3.4.1.1 Πλεονεκτήματα του WordPress.....                                   | 24 |
| 3.4.1.2 Μειονεκτήματα του WordPress.....                                   | 24 |
| 3.4.2.1 Πλεονεκτήματα του Joomla.....                                      | 25 |
| 3.4.2.2 Μειονεκτήματα του Joomla.....                                      | 26 |
| Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> Ανάλυση και Σχεδίαση.....                          | 27 |
| 4.1 Καταγραφή απαιτήσεων .....   | 27 |
| 4.2 Διάγραμμα χρήσεως.....   | 28 |
| Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> Εργαλεία ανάπτυξης.....                            | 30 |
| 5. 1 Τι είναι το Drupal.....   | 30 |
| 5.2 Δυνατότητες του Drupal .....   | 31 |
| 5.3 Μονάδες του Drupal .....   | 32 |
| 5.4 Μεταφράσεις.....   | 34 |
| 5.5 Διανομές.....  | 34 |
| 5.6 Τα κύρια Χαρακτηριστικά του Drupal .....                               | 35 |
| 5.7 Πλεονεκτήματα του Drupal .....   | 37 |
| 5.8 Μειονεκτήματα του Drupal .....   | 37 |
| 5.9 Εγκατάσταση Web Server .....   | 38 |
| 5.10 Μεταφόρτωση και εγκατάσταση του Xampp Stack .....                     | 38 |
| 5.11 Εκκίνηση του Apache και MySQL Server .....                            | 41 |
| 5.12 Δημιουργία Βάσης Δεδομένων με το PHPMyAdmin .....                     | 43 |

|  |    |
|--|----|
| 5.13 Μεταφόρτωση και εγκατάσταση του Drupal Commerce .....                                     | 44 |
| 5.14 Ρύθμιση της διαδικασίας Checkout .....  | 49 |
| 5.15 Ρύθμιση βασικού νομίσματος συναλλαγών .....   | 50 |
| 5.16 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων .....                         | 52 |
| 5.17 Δημιουργία Προϊόντων .....  | 54 |
| 5.18 Εισαγωγή προϊόντος- Δοκιμή εισαγωγής προϊόντος .....                                      | 57 |
| 5.19 Προσθήκη φίλτρων .....  | 63 |
| 5.20 Ενημέρωση ευρετηρίου- Έλεγχος αποτελέσματος- Αλλαγή θέματος εμφάνισης.....                | 65 |
| 5.21 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων .....                         | 68 |
| 5.22 Αφαίρεση δυνατότητας σχολιασμού προϊόντων.....  | 69 |
| 5.23 Αλλαγή ρυθμίσεων υπάρχοντων προϊόντων.....  | 70 |
| 5.24 Ρύθμιση έκπτωσης προϊόντων .....  | 71 |
| 5.25 Πρόσθετο Checkout Progress .....  | 73 |
| 5.26 Πρόσθετο τρόπου πληρωμής μέσω Paypal.....   | 74 |
| 5.27 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος.....                                  | 78 |
| 5.28 Πρόσθετο εισαγωγής πεδίου video .....   | 79 |
| 5.29 Προσθήκη πεδίου αξιολόγησης .....   | 84 |
| 5.30 Προσθήκη φόρμας επικοινωνίας .....  | 87 |
| 5.31 Διαγραφή της τυπικής φόρμας επικοινωνίας- Αλλαγή τίτλου στοιχείου μενού επικοινωνίας..... | 88 |
| 5.32 Αλλαγή της γλώσσας του καταστήματος σε ελληνικά-Εγκατάσταση ελληνικής γλώσσας.....        | 90 |
| 5.33 Google Checkout .....   | 93 |
| 5.34 Προσθήκη άλλων τρόπων πληρωμής .....  | 95 |
| 5.35 Google Analytics .....  | 97 |
| Συμπεράσματα .....   | 98 |

## Κατάλογος εικόνων

|   |    |
|---|----|
| Εικόνα 1 Παγκόσμιος Ιστός.....  | 10 |
| Εικόνα 2 Φυλλομετρητές.....   | 10 |
| Εικόνα 3 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....   | 16 |
| Εικόνα 4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....   | 17 |
| Εικόνα 5 E-Commerce στην Ελλάδα Πηγή: Eltun.....  | 18 |
| Εικόνα 6 Βασικές εργασίες του χρήστη στο σύστημα.....   | 28 |
| Εικόνα 7 Αναζήτηση προϊόντων του χρήστη στο σύστημα.....  | 28 |
| Εικόνα checkout του χρήστη.....   | 29 |
| Εικόνα 8 διάγραμμα Ροής Δεδομένων του χρήστη.....   | 29 |
| Εικόνα 9 Στατιστικά λήψης του Drupal (Πηγή : <a href="http://buytaert.net/tag/statistics">http://buytaert.net/tag/statistics</a> )..... | 34 |
| Εικόνα 10 Xampp.....  | 38 |
| Εικόνα 11 Εγκατάσταση του Xampp.....  | 39 |
| Εικόνα 12 Εγκατάσταση του Xampp.....  | 40 |
| Εικόνα 13 Εγκατάσταση του Xampp.....  | 40 |
| Εικόνα 14 Εγκατάσταση του Xampp.....  | 41 |
| Εικόνα 15 Εκκίνηση Apache web server και MySql database server.....   | 42 |
| Εικόνα 16 Δημιουργία βάσης δεδομένων και χρήστη στο MySql.....  | 43 |
| Εικόνα 17 Επιλογή μενού “Λογαριασμοί χρήστη”.....   | 43 |
| Εικόνα 18 Δημιουργία χρήστη “myshop” με βάση δεδομένων “myshop”.....  | 44 |
| Εικόνα 19 Μεταφόρτωση Drupal Commerce Kickstart 2.....  | 45 |
| Εικόνα 20 Αποσυμπίεση στον φάκελο εγκατάστασης (υποφάκελος myshop του xampp\htdocs).....  | 45 |
| Εικόνα 21 Εκκίνηση της εγκατάστασης Drupal από τον φυλλομετρητή (localhost\myshop).....   | 46 |
| Εικόνα 22 Ρυθμίσεις σύνδεσης στη βάση δεδομένων.....  | 46 |
| Εικόνα 23 Εγκατάσταση του βασικού μέρους του Drupal Commerce.....   | 47 |
| Εικόνα 24, Ρυθμίσεις ιστότοπου.....   | 47 |
| Εικόνα 25 Ρυθμίσεις καταστήματος.....   | 48 |
| Εικόνα 26 Εγκατάσταση πρόσθετων καταστήματος.....   | 48 |
| Εικόνα 27 Ρύθμιση ενημερώσεων.....  | 48 |
| Εικόνα 28 Αρχική εικόνα καταστήματος.....   | 49 |

|  |    |
|--|----|
| Εικόνα 29 Ρύθμιση του Shopping cart contents.....  | 50 |
| Εικόνα 30 Αλλαγή του logo του καταστήματος.....  | 51 |
| Εικόνα 31 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων .....                | 53 |
| Εικόνα 32 Κατηγορίες .....   | 54 |
| Εικόνα 33 Δημιουργία κατηγοριών .....  | 55 |
| Εικόνα 34 Η επιλογή List για να δούμε όλους τους όρους της λίστας της κατηγορίας μας ..... | 56 |
| Εικόνα 35 Πρόσθεση πεδίων .....  | 58 |
| Εικόνα 26 Κατηγορία άντλησης στοιχείων της λίστας .....                                    | 59 |
| Εικόνα 37 Δοκιμή εισαγωγή προϊόντος .....  | 60 |
| Εικόνα 38 Δοκιμή εισαγωγής προϊόντος.....  | 61 |
| Εικόνα 39 Το νέο προϊόν που εισάγαμε .....   | 62 |
| Εικόνα 40 Προϊόν του myshop .....  | 62 |
| Εικόνα 41 Προσθήκη φίλτρων.....  | 63 |
| Εικόνα 43 Τοποθέτηση των φίλτρων αναζήτησης στη σελίδα.....                                | 65 |
| Εικόνα 44 Ενημέρωση ευρετηρίου .....   | 66 |
| Εικόνα 46 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων .....                | 68 |
| Εικόνα 47 Αφαίρεση δυνατότητας σχολιασμού προϊόντων .....                                  | 69 |
| Εικόνα 48 Ρύθμιση φόρου προϊόντων.....   | 70 |
| Εικόνα 49 Ρύθμιση έκπτωσης προϊόντων .....   | 72 |
| Εικόνα 50 Πρόσθετο Checkout Progress .....   | 74 |
| Εικόνα 51 Πρόσθετο τρόπου πληρωμής μέσω Paypal .....                                       | 77 |
| Εικόνα 52 Πρόσθετο σελιδοποίησης .....   | 78 |
| Εικόνα 53 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος .....                        | 78 |
| Εικόνα 54 Πρόσθετο εισαγωγής πεδίου video .....  | 82 |
| Εικόνα 55 Πρόσθετο αξιολόγησης προϊόντων.....  | 84 |
| Εικόνα 56 Προσθήκη πεδίου αξιολόγησης .....  | 85 |
| Εικόνα 57 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος .....                        | 86 |
| Εικόνα 58 Προσθήκη φόρμας επικοινωνίας .....   | 88 |
| Εικόνα 59 Διαγραφή της τυπικής φόρμας επικοινωνίας .....                                   | 89 |
| Εικόνα 59 Αλλαγή γλώσσας σε ελληνικά.....  | 93 |
| Εικόνα 60 Google Checkout .....  | 93 |
| Εικόνα 61 Άλλοι τρόποι πληρωμής .....  | 97 |

## Εισαγωγή

Η ταχεία ανάπτυξη των τεχνολογιών και του διαδικτύου, όπως είναι ευρέως διαδεδομένο, έχουν επιφέρει ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές σε πολλούς τομείς και δραστηριότητες (Καρασαββίδης, 2001, Μαγκαδάς, 2002α).

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται μέσα σε 7 κεφάλαια, ενώ υλοποιείται και μία εφαρμογή με το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου Drupal σε πραγματικό περιβάλλον.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναφερόμαστε στο διαδίκτυο και στις ιστοσελίδες γενικότερα. Στο δεύτερο γίνεται αναφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τα χαρακτηριστικά του. Στο τρίτο κεφάλαιο προσεγγίζουμε τα Συστήματα διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management Systems- CMS) και πιο συγκεκριμένα το σύστημα Drupal καθώς και να αποσαφηνιστούν οι ορισμοί των CMS και CMS Web. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στις κατηγορίες των CMS Web και παρουσιάζεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή του συστήματος Drupal.. Όσον αφορά, το συγκεκριμένο Σύστημα διαχείρισης Περιεχομένου θα πραγματοποιηθεί μια παρουσίαση των κύριων χαρακτηριστικών του, των νέων δυνατοτήτων του καθώς και της δομής του συστήματος. Τελειώνοντας, θα επιχειρηθεί μια συγκριτική παρουσίαση του συστήματος με το Joomla με άλλα CMS και το κεφάλαιο θα ολοκληρωθεί με την κριτική παρουσίαση του συστήματος παραθέτοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του.

Στο τέταρτο παρουσιάζεται η εγκατάσταση του Drupal μαζί με όλες τις ρυθμίσεις για την εισαγωγή του ηλεκτρονικού καταστήματος και το θεωρητικό μέρος για το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται η εισαγωγή των προϊόντων καθώς και η δοκιμή τους . Στο έκτο γίνεται η προσθήκη φίλτρων και η ενημέρωση των προϊόντων, επιχειρείται η εισαγωγή βίντεο προϊόντων, η αξιολόγησή τους , η εγκατάστασης της ελληνικής γλώσσας καθώς και ο τρόπος πληρωμής των παραγγελιών με διάφορους τρόπους.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανάλυση και η σχεδίαση του συστήματος με την καταγραφή των απαιτήσεων και το διάγραμμα χρήσης.

Τέλος παρατίθενται τα συμπεράσματα από το θεωρητικό μέρος αλλά και από την υλοποίηση της εφαρμογής.

## **Contextual Review ή αναφορά συνάφειας**

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται ως η εποχή της πληροφορίας, καθώς καθημερινά όλοι μας αναζητάμε οποιαδήποτε πληροφορία μέσα από ιστότοπους για συλλογή πληροφοριών, εύρεση διαφορών αντικειμένων, αγορά προϊόντων.

Για τους παραπάνω λόγους φαίνεται πολύ χρήσιμο να υπάρχουν εργαλεία τα οποία μας δίνουν την δυνατότητα να φτιάχνουμε ιστοσελίδες γρήγορα, εύκολα και για όλο το εύρος των αναγκών της σύγχρονης ζωής μας. Υπάρχουν πολλά τέτοια εργαλεία και ένα από αυτά είναι το Drupal. Παρέχει πολλές δυνατότητες σχεδίασης δυναμικών ιστοσελίδων και γι' αυτό τον λόγο προτιμάται έναντι των υπολοίπων open source προγραμμάτων. Το θέμα της συγκεκριμένης εργασίας πιστεύω πως έχει αντίκρισμα στις καθημερινές μας διαδικτυακές αναζητήσεις καθώς ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού λόγω της σημερινής οικονομικής κατάστασης επιλέγει πρώτα να κάνει μια έρευνα αγοράς μέσω διαδικτύου και ύστερα να επισκεφτεί από κοντά τα καταστήματα.

## **Σκοπός και στόχος της εργασίας**

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η δημιουργία, ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και η παρουσίαση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, με χρήση του Drupal, ενός σύγχρονου συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS). Η εφαρμογή έχει σχεδιαστεί και δομηθεί με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε ο χρήστης να έχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε ταξινομημένη πληροφορία. Στόχος της εργασίας αυτής είναι να μάθουμε για το σχεδιασμό και προγραμματισμό μιας ιστοσελίδας χρησιμοποιώντας ένα εργαλείο ανοικτού κώδικα το Drupal και η κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του. Επίσης, είναι και η κατανόηση κάποιων βασικών γλωσσών προγραμματισμού που απαιτούνται για την δημιουργία ιστοσελίδων. Σε αυτό το σημείο βοήθησαν διάφορα module για το Drupal..



# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Διαδίκτυο και Παγκόσμιος Ιστός

## 1.1 Τι είναι διαδίκτυο – Ιστορία του Διαδικτύου

Το **Διαδίκτυο (Internet)** αποτελείται από εκατομμύρια υπολογιστές, που βρίσκονται διασκορπισμένοι σε όλον τον πλανήτη και επικοινωνούν μεταξύ τους, ανταλλάσσοντας δεδομένα.

Το όνομα Διαδίκτυο είναι μία σύνθετη λέξη που παράγεται από τις λέξεις Διασύνδεση Δικτύων. Στα αγγλικά ο όρος Internet γεννήθηκε από τη συνένωση των λέξεων International Network (Διεθνές Δίκτυο Υπολογιστών).

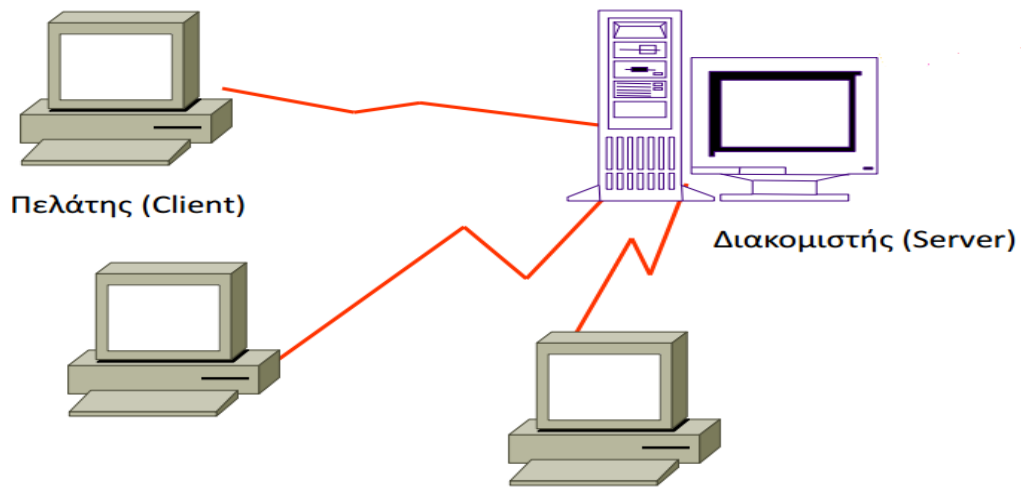
Η ιδέα του Διαδικτύου, δεν είναι καινούργια. Ξεκίνησε το 1969 ως ερευνητικό στρατιωτικό πρόγραμμα, με την ονομασία ARPANET, από το Υπουργείο Άμυνας των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Όλα πρωτοξεκίνησαν με τη σύνδεση τεσσάρων υπολογιστών, που βρίσκονταν σε διαφορετικές πόλεις της Αμερικής. Οι υπολογιστές συνδέονταν με τέτοιο τρόπο, ώστε, αν διακοπτόταν μια σύνδεση, οι υπόλοιποι να συνέχιζαν απρόσκοπτα την επικοινωνία τους. Αυτή η βασική αρχή σύνδεσης ισχύει ακόμη και σήμερα.

### 1.1.1 Παγκόσμιος Ιστός

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web — WWW), ή απλώς Ιστός, έχει τη δυνατότητα να βασίζεται στην ιδέα των κατανεμημένων πληροφοριών. Αντί όλες οι πληροφορίες να φιλοξενούνται σε ένα σημείο, κάθε οντότητα (μεμονωμένο άτομο ή οργανισμός) που διαθέτει πληροφορίες τις οποίες θέλει να μοιραστεί με άλλους, τις αποθηκεύει στο δικό της υπολογιστή και επιτρέπει στους χρήστες του Internet να τις προσπελάζουν. Ο Παγκόσμιος Ιστός ουσιαστικά είναι μία συλλογή από έγγραφα πολυμέσων.

Είναι μια υπηρεσία του Internet όπου οι Υπολογιστές σε παγκόσμιο επίπεδο δίνουν ν πληροφορίες για διάφορα θέματα . Κάθε υπολογιστής έχει μια μοναδική διεύθυνση π.χ. [www.teimes.gr](http://www.teimes.gr). Έτσι ο χρήστης γνωρίζει που θα βρει αυτό που τον ενδιαφέρει.

# Υπηρεσία www



Εικόνα 1 Παγκόσμιος Ιστός

## Διακομιστής (Server) www

- ❖ Έχει σταθερή σύνδεση στο δίκτυο
- ❖ Φιλοξενεί ιστοσελίδες
- ❖ Παρέχει το περιεχόμενο σε πολλούς πελάτες ταυτόχρονα
- ❖ Οι Πελάτες βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία του διαδικτύου
- ❖ Έχει μοναδική διεύθυνση στο διαδίκτυο (DNS όνομα)

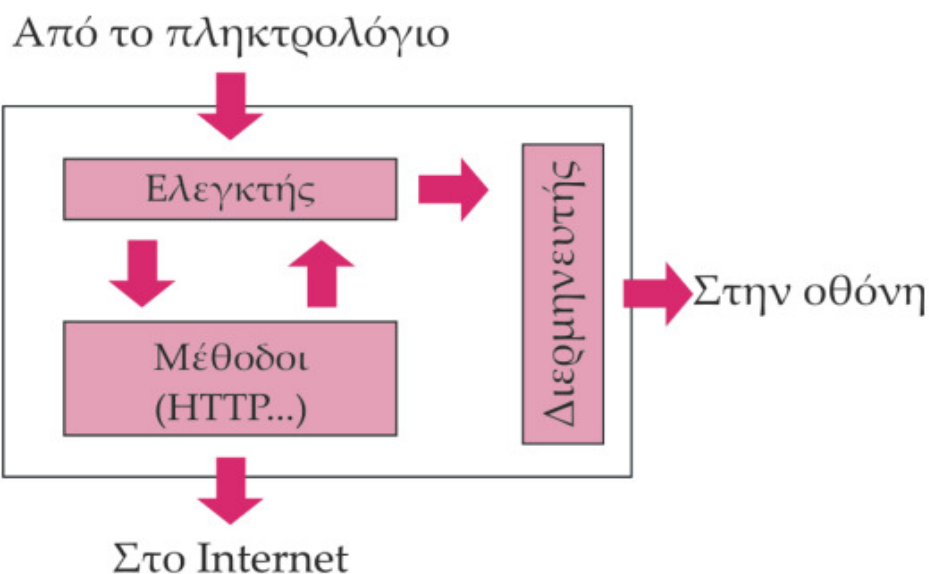
## Φυλλομετρητής

Το πρόγραμμα περιήγησης ή αλλιώς ο web browser είναι ένα πρόγραμμα (πχ. Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla κτλ.), το οποίο χρησιμοποιεί ο χρήστης για να ζητήσει μια ιστοσελίδα από τον διακομιστή Ιστού που την περιέχει.



Εικόνα 2 Φυλλομετρητές

Ο διακομιστής Ιστού λαμβάνει το αίτημα και εμφανίζει την ιστοσελίδα στο παράθυρο του προγράμματος περιήγησης του χρήστη. Για να προσπελάσει κάποιος μια σελίδα στον Παγκόσμιο Ιστό χρειάζεται ένα πρόγραμμα φυλλομέτρησης, ή αλλιώς ένα φυλλομετρητή (browser), ο οποίος συνήθως αποτελείται από τρία μέρη: – έναν ελεγκτή, – μια μέθοδο, – έναν ερμηνευτή.



Με τον όρο Πελάτες χαρακτηρίζεται κάθε υπολογιστής που συνδέεται στο διαδίκτυο. Με το πρόγραμμα του φυλλομετρητή περιηγείται στον παγκόσμιο ιστό. Η προσπέλαση σε μια τοποθεσία (server) γίνεται μέσω της διεύθυνσης της τοποθεσίας

## 1.2 Η τεχνολογία του 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 [στοίβα 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 στοίβας πρωτοκόλλων ονομάζεται [Διαδικτύωση].<sup>1</sup> [Τελευταία ανάκτηση 28 /07/2016]

<sup>1</sup><https://el.wikipedia.org>

## 1.3 Πρωτόκολλο μεταφοράς Υπερκειμένου (HTTP)

Το Πρωτόκολλο Μεταφοράς Υπερκειμένου (Hypertext Transfer Protocol, ή HTTP) είναι ένα πρόγραμμα πελάτη-διακομιστή το οποίο χρησιμοποιείται για την προσπέλαση και τη μεταφορά εγγράφων του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web).

### 1.3.1 Πρωτόκολλο μεταφοράς Υπερκειμένου (HTTP)

Η οικογένεια πρωτοκόλλων TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) εμφανίστηκε αρχικά το 1970 με σκοπό να χρησιμοποιηθεί για να διασυνδέσει κεντρικούς υπολογιστές στο ARPANET, στο PRNET (packet radio) και στο SATNET (packet satellite). Ουσιαστικά ο σχεδιασμός της έγινε λόγω του γεγονότος ότι τα τρία παραπάνω δίκτυα ήταν ετερογενή μεταξύ τους. Σήμερα, παρόλο που τα παραπάνω δίκτυα έχουν αποσυρθεί, τα TCP/IP πρωτόκολλα είναι τα πιο διαδεδομένα παγκοσμίως.

## 1.3 Τι είναι ιστοσελίδα

Ιστοσελίδα (αγγλικά: web page) είναι ένα είδος εγγράφου του παγκόσμιου ιστού (WWW) που περιλαμβάνει πληροφορίες με την μορφή κειμένου, υπερκειμένου, εικόνας, βίντεο και ήχου. Πολλές ιστοσελίδες μαζί συνθέτουν έναν ιστότοπο (εναλλακτικές Ονομασίες: ιστοχώρος ή δικτυακός τόπος, αγγλ. web site ή Internet site). Οι σελίδες ενός ιστοτόπου εμφανίζονται κάτω από το ίδιο όνομα χώρου (domain) π.χ. microsoft.com. Οι ιστοσελίδες αλληλοσυνδέονται και μπορεί ο χρήστης να μεταβεί από τη μία στην άλλη κάνοντας «κλικ», επιλέγοντας δηλαδή συνδέσμους που υπάρχουν στο κείμενο ή στις φωτογραφίες της ιστοσελίδας. Οι σύνδεσμοι προς άλλες σελίδες εμφανίζονται συνήθως υπογραμμισμένοι και με μπλε χρώμα για να είναι γρήγορα ξεκάθαρο στον επισκέπτη ότι πρόκειται για σύνδεσμο προς άλλη ιστοσελίδα, χωρίς όμως πάντα να είναι αυτό απαραίτητο.

Η κατασκευή ιστοσελίδων είναι κάτι που μπορεί να γίνει πολύ εύκολα με προγράμματα που κυκλοφορούν ελεύθερα, αλλά υπάρχουν και αυτοματοποιημένοι μηχανισμοί κατασκευής ιστοσελίδων που επιτρέπουν σε απλούς χρήστες να δημιουργήσουν εύκολα και γρήγορα προσωπικές ή και εμπορικές ιστοσελίδες. Από την άλλη μεριά υπάρχουν και πολλές εταιρίες, που εξειδικεύονται στη δημιουργία ελκυστικών και λειτουργικών ιστοσελίδων που έχουν σαν στόχο να οδηγήσουν τους επισκέπτες στην αγορά κάποιου προϊόντος, στην επικοινωνία με τον ιδιοκτήτη του ιστοτόπου ή απλά στο ανέβασμα του εταιρικού προφίλ μιας επιχείρησης.<sup>2</sup> [Τελευταία ανάκτηση 28 /07/2016]

---

<sup>2</sup> <https://el.wikipedia.org>

## 1.4 Ασφάλεια στο Διαδίκτυο

Η πρόσβαση στο Διαδίκτυο σήμερα δεν είναι ακίνδυνη, ανεξάρτητα από τον τρόπο χρήσης των υπηρεσιών του. Υπάρχουν κακόβουλοι χρήστες και αρκετές δυνατότητες πρόκλησης ζημιών, τόσο στο επίπεδο του χρησιμοποιούμενου λογισμικού και υλικού, όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

Ο μεγαλύτερος κίνδυνος πρόκλησης ζημιών στο υπολογιστικό σύστημα ενός ανυποψίαστου χρήστη είναι η μόλυνση του συστήματος με κάποιον ιό. Η μόλυνση γίνεται όταν ο χρήστης καλείται να λάβει κάποιο -φαινομενικά αθώο- αρχείο όπως ένα κείμενο ή μια φωτογραφία και όταν δοκιμάσει να το χρησιμοποιήσει, ο ιός αναλαμβάνει δράση επιμολύνοντας το σύστημα. Μπορεί να καταστρέψει αρχεία ή και ολόκληρο το σκληρό δίσκο του συστήματος. Άλλες φορές είναι δυνατή η αποστολή ιού απευθείας από τον ιστοτόπο που επισκέπτεται ο χρήστης, χωρίς να εμφανισθεί κάποια ένδειξη λήψης αρχείου. Η περίπτωση αυτή εκμεταλλεύεται κενά ασφαλείας στο λογισμικό του χρήστη. Παρόμοιας δράσης είναι και ένα πρόγραμμα που αποκαλείται worm (=σκουλήκι). Είναι παρόμοιο σε αποτέλεσμα με τον ιό, αλλά, αντίθετα από αυτόν, δεν απαιτεί την "προσκόλλησή" του σε ένα αρχείο, έχοντας έτσι περισσότερη αυτονομία. Η βλάβη που προκαλεί το worm δεν είναι τόσο ευρεία στο σύστημα, όσο στο δίκτυο σύνδεσης, επειδή καταναλώνει σημαντικό εύρος ζώνης (bandwidth). Άλλος κίνδυνος είναι ο Δούρειος Ίππος, ένα πρόγραμμα που ξεγελά το χρήστη του, ο οποίος χρησιμοποιώντας το νομίζει ότι εκτελεί κάποια εργασία, ενώ στην πραγματικότητα εκτελεί κάποια άλλη, συνήθως εγκατάσταση άλλων κακόβουλων προγραμμάτων. Αντίθετα από τους ιούς, οι δούρειοι ίπποι δεν επιμολύνουν αρχεία.

Αυτοί όμως προκαλούν ζημιές σε προσωπικά δεδομένα κάποιου χρήστη, όπως ο αριθμός ταυτότητάς του ή το ΑΦΜ του, όσο και, πιο σημαντικό, αριθμοί πιστωτικών καρτών, λογαριασμών τραπεζής κτλ. Ανάλογη μέθοδος ακολουθείται και από ορισμένους ιστοτόπους, στους οποίους ο ανύποπτος χρήστης καταχωρεί παρόμοια στοιχεία παραγγέλοντας ένα προϊόν, το οποίο όχι μόνο δε θα λάβει ποτέ, αλλά τα δεδομένα του μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους δημιουργούς του ιστοτόπου για να πραγματοποιήσουν οι ίδιοι αγορές, χρεώνοντας τον "πελάτη" τους. Αρκετά προγράμματα περιήγησης αναγνωρίζουν τους ιστοτόπους στους οποίους παραπέμπουν τα παραπλανητικά μηνύματα, ωστόσο αυτό δεν συμβαίνει σε ποσοστό 100%. Οι χρήστες είναι καλό να γνωρίζουν ότι κανείς χρηματοπιστωτικός φορέας δεν χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για να ανανεώσει προσωπικές πληροφορίες, ενώ ένας προστατευμένος ιστοτόπος αρχίζει πάντα με το πρόθεμα https (secure, ασφαλής).

Αρκετές φορές οι χρήστες του Διαδικτύου χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του για να βρουν κάποιες πληροφορίες που χρειάζονται. Μερικοί ιστότοποι εμφανίζουν πληροφορίες, οι οποίες φαινομενικά είναι ακριβείς ή αναφέρουν απόλυτα αξιόπιστους δημιουργούς ή πηγές. Το κίνητρο για τέτοιες πράξεις μπορεί να είναι είτε η αποκομιδή ιδίου οφέλους είτε, απλά, η χαρά της παραπλάνησης των (αγνώστων) χρηστών. Ο όρος που περιγράφει αυτού του τύπου την παραπλάνηση είναι "Hoax".

Υπάρχουν τρεις τρόποι προστασίας, οι οποίοι θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό:

- ❖ Χρήση τείχους προστασίας (firewall)
- ❖ Χρήση λογισμικού προστασίας ενάντια σε ιούς και προγράμματα κατασκοπείας (spyware).
- ❖ Συνεχής ενημέρωση των χρηστών.<sup>3</sup> [Τελευταία ανάκτηση 28 /07/2016]

---

<sup>3</sup> <https://el.wikipedia.org>

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Ηλεκτρονικό Εμπόριο

### 2.1 Ορισμός του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πρόκειται για μία νέα μορφή παροχής υπηρεσιών και αγαθών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική παρουσία των ατόμων που εμπλέκονται στην αγορά και στην πώληση των προϊόντων. Αποτελεί ένα μέρος «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business)» μιας επιχείρησης ενώ αρκετοί είναι αυτοί που θεωρούν ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι να διαθέτει μια επιχείρηση ένα δικτυακό τόπο.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα, (E-Shop) πολύ απλά, είναι **ιστοσελίδες από όπου κανείς μπορεί να αγοράσει προϊόντα, υλικά αγαθά ή υπηρεσίες, χωρίς να επισκεφτεί κάποιο φυσικό χώρο**. Τελευταία παρατηρούμε ότι αυξάνονται με ρυθμό γεωμετρικής προόδου. Αυτό οφείλεται κυρίως, στις καλύτερες τιμές που μπορεί να βρει κανείς, στον εύκολο και άνετο τρόπο αναζήτησης και στην ολοένα και μεγαλύτερη διείσδυση του internet στην καθημερινή ζωή.

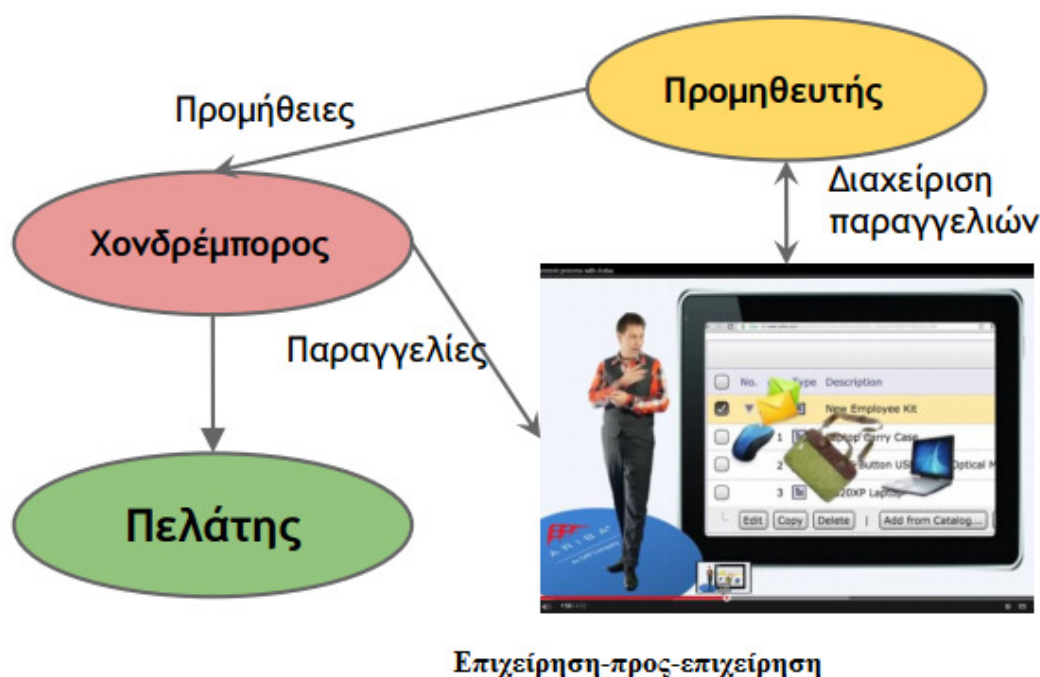
1. Καταχώρηση απεριόριστων προϊόντων από τον διαχειριστή του ηλεκτρονικού καταστήματος.
2. Δυνατότητα αποστολής emails στους πελάτες του ηλεκτρονικού καταστήματος με τις προσφορές του ηλεκτρονικού καταστήματος.
3. Δυνατότητα αναλυτικής παρουσίασης των προϊόντων στο ηλεκτρονικό κατάστημα με χρήση φωτογραφιών ,βίντεο και σχολίων .
4. Δυνατότητα παρακολούθησης της επισκεψιμότητας του ηλεκτρονικού καταστήματος
5. Το ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να προβάλλεται σε περισσότερες γλώσσες έτσι ώστε να μην απευθύνεται μόνο σε πελάτες μιας χώρας
6. Η ύπαρξη μηχανή αναζήτησης των προϊόντων έτσι ώστε ο καταναλωτής να μπορεί εύκολα να βρει το προϊόν που αναζητεί .
7. Η ύπαρξη φόρμα εγγραφής έτσι ώστε ο καταναλωτής να εγγραφεί ως πελάτης.
8. Η ύπαρξη ηλεκτρονικού καλαθιού έτσι ώστε ο καταναλωτής να επιλέγει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν.
9. Η ύπαρξη φόρμας για τυχόν απορίες για ένα προϊόν ή σχόλια για το αν είναι ικανοποιημένος ο πελάτης από μια παραγγελία

## 2.2 Βασικά Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Τα είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι τα εξής :

### 2.1.1 Επιχείρηση – επιχείρηση

Είναι μια επιχείρηση που χρησιμοποιεί ένα δίκτυο για τις παραγγελίες της από προμηθευτές, που λαβαίνει τιμολόγια και κάνει πληρωμές. Αυτή η κατηγορία έχει κατοχυρωθεί αρκετά χρόνια, ειδικά με την χρησιμοποίηση του EDI σε κλειστά ή διεθνή δίκτυα.



Εικόνα 3 Ηλεκτρονικό Εμπόριο

### 2.1.2 Επιχείρηση – καταναλωτής

Εξομοιώνεται με την ηλεκτρονική λιανική πώληση. Αυτή η κατηγορία έχει αναπτυχθεί με την εκτόξευση του World Wide Web. Οι καταναλωτές μαθαίνουν για τα προϊόντα μέσα από ηλεκτρονικές εκδόσεις, αγοράζουν προϊόντα με "ψηφιακό" χρήμα και άλλα ασφαλή συστήματα πληρωμής. Υπάρχουν τώρα "καταστήματα" σε όλο το Internet, που προσφέρουν κάθε είδος προϊόντων, από κέικ και κρασιά, μέχρι Η/Υ και αυτοκίνητα.





Εικόνα 4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο

### 2.1.3 Επιχείρηση - δημόσια διοίκηση

Καλύπτει όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Προς το παρόν, αυτή η κατηγορία είναι σε νηπιακό στάδιο, αλλά μπορεί να αναπτυχθεί ραγδαία όσο οι κυβερνήσεις χρησιμοποιούν τις δικές τους λειτουργίες για να προωθήσουν την αντίληψη τους για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Επιπροσθέτως, οι διοικήσεις πρέπει να παρέχουν την ευκαιρία ηλεκτρονικών συναλλαγών για καταστάσεις όπως επιστροφές ΦΠΑ και δασμών.

### 2.1.4 Καταναλωτής - δημόσια διοίκηση

Δεν έχει ακόμα ενεργοποιηθεί. Στον βωμό της ανάπτυξης των 2 προηγούμενων κατηγοριών, οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές σε περιοχές όπως πληρωμές κοινωνικής πρόνοιας και ιδιωτικών φόρων<sup>4</sup> [Τελευταία ανάκτηση 28/07/2016]

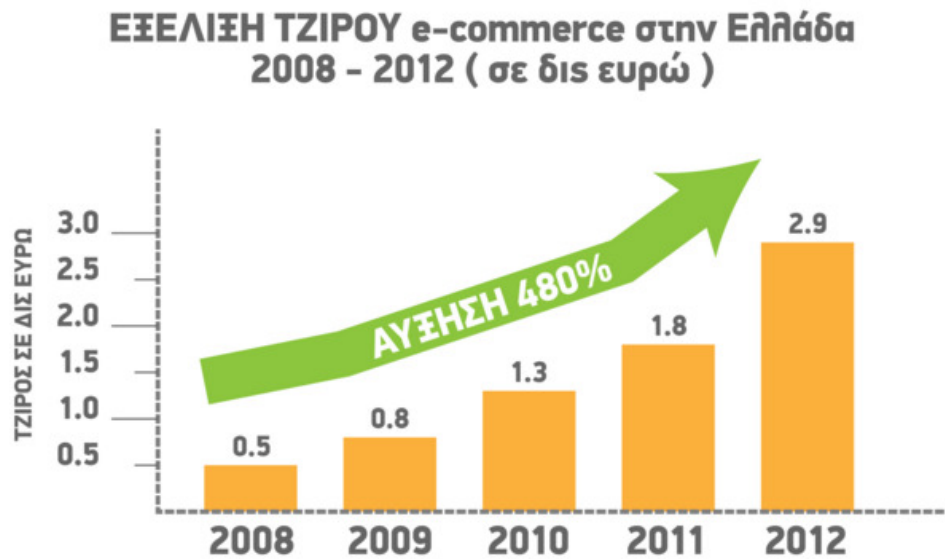
## 2.2 Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πρόσφατα ανακοινώθηκαν τα αποτελέσματα της ετήσιας έρευνας του 2012 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρηση – Καταναλωτή (B-C) και την συμπεριφορά on-line καταναλωτών, του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ξεκάθαρα ότι ακόμη και σε περίοδο κρίσης υπάρχει θεαματική αύξηση τζίρου, ιδιαίτερα αν υπολογίσουμε την αύξηση στην

<sup>4</sup> Πτυχιακή Εργασία του φοιτητή Αγγελόπουλο Ιωάννη με θέμα Δημιουργία ιστοσελίδας πώλησης και πλειστηριασμού ποδηλάτων' Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών Τμήμα Αυτοματισμού, Πειραιάς 2013

τελευταία πενταετία, αυτή φτάνει το 480 %.(Τι είναι ηλεκτρονικό κατάστημα) (2013)  
«<http://www.alphamarketing.gr/gr/press/item/142-e-shop-what-how-why>» Τελευταία πρόσβαση: 20/3/2016



Εικόνα 5 E-Commerce στην Ελλάδα Πηγή: Eltun

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου

### 3.1 Τι είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου

Τα αρχικά CSS προέρχονται από το Cascading Style Sheets (Διαδοχικά Φύλλα Στυλ). Τα CSS ουσιαστικά διαχωρίζουν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας από το σχεδιαστικό κομμάτι. Αυτό είναι πολύ σημαντικό αφού τα στοιχεία σχεδίασης της ιστοσελίδας μας θα είναι σε ένα ξεχωριστό αρχείο το οποίο θα τροφοδοτεί τις υπόλοιπες σελίδες. Έτσι, εάν χρειαστεί να κάνουμε κάποια αλλαγή, όπως να αλλάξουμε το φόντο των σελίδων μας, το μόνο που έχουμε να κάνουμε είναι να επέμβουμε στο αρχείο CSS και αυτομάτως οι αλλαγές θα επηρεάσουν και όλα τα αρχεία τα οποία συνδέονται με αυτό. Η HTML χρησιμοποιείται για να δομήσει το περιεχόμενο ενώ τα CSS για να το μορφοποιήσουν. Ας πούμε για παράδειγμα την ετικέτα που δηλώνει τις επικεφαλίδες επιπέδου ένα. Στην HTML θα γράψουμε Επικεφαλίδα ενώ η μορφοποίησή της θα έρθει από το CSS: `h1{color:red}` που σημαίνει ότι το χρώμα της επικεφαλίδας θα είναι κόκκινο. Σε αυτό το σημείο να πούμε ότι τα CSS δε χρησιμοποιούνται μόνο στις ιστοσελίδες. Styles βρίσκουμε και στο Word, με τη διαφορά ότι αυτά τα styles μπορούν και μορφοποιούν μόνο κείμενο.

- ❖ Διαχωρισμός του περιεχομένου από την σχεδίαση.
- ❖ Ελαχιστοποίηση του χρόνου για τις αλλαγές στην σχεδίαση αφού όλα τα στοιχεία περιέχονται σε ένα αρχείο.
- ❖ Πιο καθαρός κώδικας HTML
- ❖ Προσβασιμότητα από όλους τους Web Browsers
- ❖ Αύξηση ταχύτητας της εμφάνισης της ιστοσελίδας
- ❖ Μικρότερο μέγεθος αρχείων
- ❖ Καλύτερη θέση στις μηχανές αναζήτησης λόγω καθαρότερου κώδικα
- ❖ Ομοιόμορφη εμφάνιση όλων των ιστοσελίδων που συνδέονται με το CSS αρχείο αφού τα στοιχεία δεν αλλάζουν.
- ❖ Πιστοποίηση από την W3C το μεγαλύτερο οργανισμό Web Standards

## 3.2 Κριτήρια επιλογής ανάπτυξης ιστοσελίδων

Πριν προχωρήσει κάποιος στην κατασκευή ενός ιστότοπου μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού ουσιαστικά θα προσέξει την τεχνολογία που θα χρησιμοποιήσει.. Είναι καλύτερη μία στατική ιστοσελίδα HTML ή μια δυναμική ιστοσελίδα βασισμένη σε κάποιο (CMS) σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.

### 3.2.1 Πλεονεκτήματα μιας Στατικής Ιστοσελίδας

Η ιστοσελίδα μιας μικρομεσαίας επιχείρησης απαιτεί μία καλή εμφάνιση με κατανοητή δομή παρουσίασης των προϊόντων/υπηρεσιών, η οποία θα ενθαρρύνει την παραμονή του επισκέπτη στον ιστότοπο αλλά και θα διαθέτει ευελιξία και ευκολία στον τρόπο διαχείρισής της. Το κόστος δημιουργίας ενός τέτοιου ιστότοπου είναι χαμηλότερο καθώς οι στατικές ιστοσελίδες αναπτύσσονται σε λιγότερο χρόνο από την ανάπτυξη ενός δυναμικού site που βασίζεται σε κάποιο CMS.

Οι ανάγκες σε web hosting (ιστοφιλοξενία) είναι πιο απλές, αφού τα στατικά sites δεν χρειάζεται γενικά βάση δεδομένων η οποία αποθηκεύει το περιεχόμενό τους, άρα και ελάχιστα χαμηλότερο ετήσιο κόστος. Με μικρή γνώση της HTML, μπορείτε να φτιάξετε τον δικό σας ιστοχώρο με τα εργαλεία WYSIWYG. Υπάρχουν πολλά πακέτα λογισμικού χαμηλού κόστους που έχουν σχεδιαστεί με αυτό τον σκοπό. Σε περιοχές με χαμηλή ταχύτητα ίντερνετ, μια στατική ιστοσελίδα εμφανίζεται ελαφρώς πιο γρήγορα (σε ms) από ότι μια δυναμική ιστοσελίδα.

Σήμερα εξαιτίας του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων η διαδικτυακή παρουσία μιας επιχείρησης ήταν προαιρετική: η επικοινωνία με τους καταναλωτές γινόταν μέσω των σημείων πώλησης και της προβολής στα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης. Στο πλαίσιο αυτό, η ιστοσελίδα είχε συνήθως το περιεχόμενο και την παρουσίαση ενός εταιρικού φυλλαδίου με πολύ βασικές πληροφορίες για την επιχείρηση.

Η Στατική Ιστοσελίδα εξυπηρετεί συνήθως websites με λίγες σχετικά σελίδες που δεν αλλάζουν συχνά (ή καθόλου).

### 3.2.2 Μειονεκτήματα Στατικής Ιστοσελίδας

Οι ενημερώσεις των επιμέρους σελίδων απαιτούν σίγουρα εξειδίκευση αλλά και συνεχή ενημέρωση από προγραμματιστή, αφού συνήθως ο υπεύθυνος του περιεχομένου (π.χ. μάρκετινγκ) και ο υπεύθυνος της συντήρησης (IT) είναι διαφορετικός, ενώ το κόστος διαχείρισης (ώρες εργασίας, οικονομικό) είναι αυξημένο.

Ακόμη και ένα μικρό λάθος στην πληκτρολόγηση μέσα στον κώδικα, θα μπορούσε να διαταράξει τη διάταξη ή τη λειτουργία της ιστοσελίδας, άρα θέλει προσοχή η κάθε αλλαγή που κάνουμε.

### **3.3.1 Πλεονεκτήματα μιας Δυναμικής Ιστοσελίδας**

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα μιας δυναμικής ιστοσελίδας είναι η Φιλικότητα προς το Search Engine Optimization. Τέτοιου τύπου ιστότοποι θεωρούνται πιο αξιόπιστοι και κατατάσσονται σε υψηλότερη θέση στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης (SERPs) σε σχέση με στατικές σελίδες, επομένως θα έχουν και περισσότερες επισκέψεις και πελάτες για την επιχείρηση.

Η σχεδίαση και εμφάνιση της ιστοσελίδας χρησιμοποιεί ένα πρότυπο (template), το οποίο μπορεί να αλλάξει σχετικά εύκολα (άρα και εμφάνιση της ιστοσελίδας μας) χωρίς να επηρεάζεται το περιεχόμενο της (κείμενα, φωτογραφίες, μενού πλοήγησης, κατηγορίες, κτλ.). Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να διατηρούμε την εμφάνιση της ιστοσελίδας πιο ελκυστική για τον επισκέπτη.

Μεγάλη σημασία έχει και η ευκολότερη προώθηση της ιστοσελίδας στις μηχανές αναζήτησης και στα social media. Η υλοποίηση μιας online marketing στρατηγικής είναι ευκολότερη με μια δυναμική ιστοσελίδα vs στατική Ιστοσελίδα: ο δημιουργός του περιεχομένου (κείμενο & φωτογραφίες) μπορεί να δημιουργήσει και να αναρτήσει άμεσα μια νέα σελίδα, και να την προωθήσει κατάλληλα βάση της στρατηγικής που έχει οριστεί.

### **3.3.2 Μειονεκτήματα μιας Στατικής Ιστοσελίδας**

Όμως το κόστος της ανάπτυξης και σχεδίασης ενός τέτοιου ιστότοπου είναι πολύ μεγαλύτερο από το κόστος μίας στατικής ιστοσελίδας. Η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων απαιτεί χρόνο, γνώσεις και περισσότερο κόσμος που θα ασχοληθεί με τέτοια εφαρμογή. Όμως θεωρείται βέβαιο ότι η εφαρμογή αυτή θα επιφέρει μακροπρόθεσμα μεγαλύτερη απόδοση της επένδυσης. Για να επιτευχθεί μία τέτοια εφαρμογή θεωρείται απαραίτητη η γνώση του επιλεγμένου συστήματος CMS. Για να γίνει κατανοητό ένα CMS, θα πρέπει να μάθουμε την δομή του site, το πρότυπο που χρησιμοποιείται, το πως διαχειριζόμαστε και δημοσιεύουμε τις σελίδες, πως δημιουργούμε τις κατηγορίες, κτλ. Συνήθως οι δυναμικές ιστοσελίδες σε αντίθεση με τις στατικές ιστοσελίδες, λόγω του ότι συνδέονται μέσω του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (CMS) με μια βάση δεδομένων αποθηκευμένη σε κάποιο server, εμφανίζονται στον browser ελαφρώς πιο αργά (σε ms) από ότι μια στατική ιστοσελίδα, ιδίως όταν πρόκειται για συνδέσεις με χαμηλό internet bandwidth.

## **3.4 Επικρατέστερα CMS Στρατηγικές σχεδίασης cms και Επιλογή τελικού cms**

Η επιλογή για μία δυναμική ιστοσελίδα έγινε για αυτούς ακριβώς τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω. Σήμερα, καθένας μέσα από το σπίτι του και μέσα από το διαδίκτυο έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει και να αγοράσει όποια προϊόντα θέλει καθιστώντας αναγκαία την περιοδική (τουλάχιστον) επικαιροποίηση των πληροφοριών ή άλλων στοιχείων που προβάλλονται στο site. Το περιεχόμενο της κάθε σελίδας του site γίνεται όλο και πιο σημαντικός παράγοντας για τη διατήρηση της σελίδας αυτής στα αποτελέσματα μηχανών αναζήτησης (Google). Μία επιχείρηση

γνωρίζοντας το κοινό στόχο που απευθύνεται, έχει τη δυνατότητα μέσω μιας δυναμικής ιστοσελίδας να προσαρμόζει και να ανανεώνει τακτικά το περιεχόμενό της, για τη βέλτιστη ορατότητα στις μηχανή αναζήτησης.

Ο όρος Content Management Systems (CMS) 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 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. Τα Web CMS μπορούν ακόμη να διανείμουν υλικό σε πελάτες και εταιρικούς συνεργάτες πέρα από τα όρια ενός οργανισμού, π.χ. με την αυτόματη αποστολή newsletters στους πελάτες και την αυτόματη σύνταξη δελτίων τύπου και στατικών στοιχείων και την ηλεκτρονική αποστολή τους σε συνεργαζόμενες επιχειρήσεις ή ΜΜΕ. Ο πυρήνας όμως ενός CMS είναι η διαχείριση του περιεχομένου σε όλο τον κύκλο ζωής της πληροφορίας δηλαδή από την παράγωγή της μέχρι την δημοσίευσή της, αλλά και την μετέπειτα αποθήκευση της (Dr. Andreas Mauthe; Dr. Peter Thomas, 2004). Τα CMS επομένως είναι όλα βασισμένα στην ίδια ιδέα (εικόνα 3.3.2). Η διαχείριση του περιεχομένου επιτρέπει στους σχεδιαστές να επικεντρωθούν στη σχεδίαση με τη σχεδίαση προτύπων (templates). Τα cms που είναι διαθέσιμα αυτή τη στιγμή έχουν διαφορετικές δυνατότητες και εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς το καθένα. Πρέπει όμως να έχουν όλα κάποια συγκεκριμένα συστήματα που να εξυπηρετούν κάποιες απαραίτητες λειτουργίες τις οποίες χρειάζεται ο κάθε χρήστης. Οι βασικότερες από αυτές τις λειτουργίες είναι: Σύστημα σύνταξης (authoring), Σύστημα διαχείρισης (management) Σύστημα αυτοματοποίησης κύκλου εργασιών (workflow automation), Σύστημα έκδοσης.

Από την άλλη οι συντάκτες χτίζουν το περιεχόμενο σε ξεχωριστό περιβάλλον, ο κεντρικός διακομιστής παίρνει το περιεχόμενο το εισάγει στο σωστό template και το στέλνει όλο μαζί στους τελικούς χρήστες<sup>5</sup> Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Γουλή Χρήστο με θέμα Ανάπτυξη Επαγγελματικού οδηγού του νομού Αργολίδος [Τελευταία ανάκτηση 28 /2/2016].

Το SEO είναι μια από τις πιο αποτελεσματικές στρατηγικές για να πάρει μία ιστοσελίδα το μέγιστο δυνατό όφελος από την online παρουσία της. Οι μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν ειδικούς αλγορίθμους για να καθορίσουν ποια ιστοσελίδα

---

<sup>5</sup> Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Γουλή Χρήστο με θέμα Ανάπτυξη Επαγγελματικού οδηγού του νομού Αργολίδος, ΤΕΙ Κρήτης 2013

θα πρέπει να κατατάσσεται σε καλύτερη θέση για κάποιο συγκεκριμένο ερώτημα στα αποτελέσματα αναζήτησης. Αυτοί οι αλγόριθμοι έχουν αυστηρά εμπιστευτικό χαρακτήρα, αλλά γενικές έννοιες και αρχές τους μπορούν να βρεθούν. Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία που πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στην ιστοσελίδα ώστε να βοηθά στην καλύτερη κατάταξη της στις μηχανές αναζήτησης είναι η συνάφεια (relevancy) μεταξύ του τίτλου, της περιγραφής, των λέξεων κλειδιών και του περιεχομένου της κάθε σελίδας. Βασικό ρόλο, παίζει ο τίτλος κάθε σελίδας. Θα πρέπει να περιλαμβάνει όσο το δυνατό περισσότερες από τις λέξεις-κλειδιά που έχουν καθοριστεί, αλλά ο τίτλος καλό είναι να παραμένει μικρότερος από δώδεκα λέξεις. Η χρήση των λέξεων-κλειδιών είναι ζωτικής σημασίας για την επισήμανση ενός ιστοτόπου από τις μηχανές αναζήτησης. Αν στον ιστοτόπο περιλαμβάνονται περισσότερες από μια σελίδες, οι λέξεις-κλειδιά πρέπει να εμφανίζονται σε όλες. Βασικός παράγοντας, επίσης, είναι οι λέξεις-κλειδιά να συμπεριλαμβάνονται όσο το δυνατό περισσότερες φορές στον κορμό του κυρίως κειμένου της σελίδας (body text). Αυτό συμβαίνει επειδή οι περισσότερες μηχανές αναζήτησης τις «ψάχνουν» και στο κυρίως κείμενο. Αν δε συναντήσουν μια λέξη-κλειδί στο κυρίως κείμενο, απλά την αγνοούν. Ορισμένοι από αυτούς που «στήνουν» ιστοσελίδες πιστεύουν ότι η σελίδα γίνεται ελκυστική με τις εικόνες. Αυτό ισχύει για τους επισκέπτες τις σελίδας, όχι όμως και για τις μηχανές αναζήτησης, οι οποίες δεν είναι ικανές να εντοπίσουν εικόνες. Κι όμως, υπάρχουν μηχανές αναζήτησης εικόνων στο Διαδίκτυο. Η χρησιμότητα του SEO βασίζεται στους παρακάτω λόγους:



- ❖ 95% των χρηστών χρησιμοποιούν μηχανές αναζήτησης για να βρουν αυτό που τους ενδιαφέρει.
- ❖ Οι χρήστες εμπιστεύονται και θεωρούν ποιοτικά τα websites στις πρώτες θέσεις των αποτελεσμάτων
- ❖ Το 80% των χρηστών δεν φτάνει πέρα από την δεύτερη σελίδα των αποτελεσμάτων αναζήτησης (SERPs)
- ❖ Αυτοί που θα εισέλθουν σε μία ιστοσελίδα είναι στοχευμένοι επισκέπτες που έχουν εκδηλώσει ενεργά το ενδιαφέρον τους για αυτά που προσφέρει με αποτέλεσμα να αυξάνεται η πιθανότητα να γίνουν τελικά πελάτες.
- ❖ Χαμηλότερο κόστος ανά visitor
- ❖ Πολύ αποτελεσματικότερη μέθοδος συγκριτικά με άλλες μεθόδους Internet Marketing
- ❖ Χαμηλό επίπεδο ανταγωνισμού «ακόμα» (στην Ελλάδα) αλλά ολοένα και αυξάνεται<sup>6</sup> Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Γουλή Χρήστο με θέμα

<sup>6</sup> Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Γουλή Χρήστο με θέμα Ανάπτυξη Επαγγελματικού οδηγού του νομού Αργολίδος, ΤΕΙ Κρήτης 2013

Ανάπτυξη Επαγγελματικού οδηγού του νομού Αργολίδος [Τελευταία ανάκτηση 28 /2/2016].

Τα 3 πιο δημοφιλή, αποδεκτά και καταξιωμένα το 2014 είναι το WordPress, το Joomla και το Drupal. Μεταξύ τους υπάρχουν ομοιότητες αλλά και αρκετές διαφορές που πρέπει να ληφθούν υπόψη πριν την τελική επιλογή. Βασικές ομοιότητες των 3 CMS είναι ότι διατίθενται δωρεάν και βασίζονται στην PHP και MySQL.

Το WordPress δημιουργήθηκε το 2003, είναι το πλέον διαδεδομένο CMS και το χρησιμοποιούν 60 εκ. ιστοσελίδες. Παλαιότερα το WordPress θεωρούνταν ως μέσο μόνο για blogging, αλλά πλέον είναι ένα ολοκληρωμένο CMS και χρησιμοποιείται για όλων των ειδών τα sites.

### 3.4.1.1 Πλεονεκτήματα του WordPress

**Πλήθος plugins:** Το WordPress έχει χιλιάδες δωρεάν στην πλειοψηφία plugins καθώς βασίζεται στην open source κοινότητα. Η βιβλιοθήκη που διαθέτει δίνει τη δυνατότητα στους Webmasters να κάνουν σχεδόν τα πάντα δωρεάν.

**Πολλαπλοί χρήστες/αρθρογράφοι:** Από τις πρώτες του εκδόσεις το WordPress ως εργαλείο blogging έχει τη δυνατότητα για εύκολη χρήση ταυτόχρονα από πολλούς χρήστες με διακριτούς ρόλους.

**Φιλικότητα:** Το WordPress θεωρείται όχι άδικα ως το πιο φιλικό στους χρήστες CMS. Δεν απαιτεί προγραμματιστικές γνώσεις και αρχάριοι χρήστες μπορούν σε λίγα λεπτά να στήσουν εύκολα ένα site.

**Παραμετροποιήσιμο και ευέλικτο:** Το WordPress μέσα από τη χρήση των χιλιάδων templates και plugins μπορεί να στηρίξει από ένα απλό προσωπικό blog μέχρι μεγάλα εμπορικά e-shops. Επίσης ένας πιο έμπειρος από τον απλό χρήστη με βασικές γνώσεις HTML και CSS μπορεί εύκολα να κάνει επιθυμητές για αυτόν αλλαγές.

**Φιλικότητα στις μηχανές αναζήτησης:** Το WordPress είναι η ιδανική λύση για φιλικά ως προς το SEO sites χωρίς να χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις καθώς έχει πλήθος δωρεάν plugins για το σκοπό αυτό.

### 3.4.1.2 Μειονεκτήματα του WordPress

**Σχεδιαστικές δυνατότητες:** Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν χιλιάδες templates είναι γενικώς παραδεκτό ότι πολλά έχουν αρκετές ομοιότητες μεταξύ τους και η πλειοψηφία τους είναι σχεδιασμένη με βάση την αρχική φιλοσοφία του WordPress δηλ. τα blogs.

**Συμβατότητα των plugins:** Το WordPress ανακοινώνει συχνά νέες βελτιωμένες εκδόσεις αλλά πολλά plugins παρουσιάζουν μετά προβλήματα συμβατότητας και είτε δεν δουλεύουν καθόλου είτε έχουν κενά ασφαλείας.



## 3.4.2 Joomla

Το Joomla δημιουργήθηκε το 2005 και είναι το 2ο πιο δημοφιλές CMS. Συνολικά έχει κατέβει 35 εκ. φορές και διαθέτει πάνω από 6000 extensions (δωρεάν και επί πληρωμή) και πολύ μεγάλο πλήθος δυνατοτήτων. Μερικά από τα πιο γνωστά sites που χρησιμοποιούν Joomla είναι Harvard, Linux, iTWire, Mc Donalds, Nikon ,Vodafone και Yamaha. Το Joomla έχει πολύ πιο πλούσια χαρακτηριστικά και από τη κατασκευή του. Προτείνεται για πιο σύνθετα site και μπορεί να καλύψει ακόμα και τις πιο δύσκολες απαιτήσεις. Προσφέρεται για την δημιουργία portal και απευθύνεται συνήθως σε πιο έμπειρους χρήστες που απαιτούν μία πιο ιδιαίτερη σχεδίαση στην ιστοσελίδα τους και αναζητούν κάτι περισσότερο από ένα απλό ιστολόγιο. Κυκλοφορούν χιλιάδες modules, plugins αλλά και templates τα οποία μπορούν να εγκατασταθούν αρκετά εύκολα και γρήγορα, να το μετατρέψουν σε ένα πολύ δυνατό σύστημα διαχείρισης και παρουσίασης του περιεχομένου και να το μεταμορφώσουν από blog μέχρι eshop και από forum και newportal μέχρι videoblog ή photogallery. Προσφέρει δυναμική διαχείριση του πρωτοσέλιδου, του περιεχομένου καθώς και της διαμόρφωσης των πλευρικών στηλών με τα μενού και τα modules, υστερεί όμως έναντι του Wordpress στο ότι δεν έχει κάποιο ενσωματωμένο σύστημα για σχολιασμό των άρθρων (commenting system) και απαιτείται για αυτό κάποιο πρόσθετο plugin . Κρίνεται απαραίτητα μια στοιχειώδης εκπαίδευση στους αρθογράφους για τον σωστό τρόπο δημοσίευσης των άρθρων τους καθώς και για τη χρησιμοποίηση τυχόν πρόσθετων ενθεμάτων. Το Joomla έχει και αυτό την δυνατότητα να είναι φιλικό με τις μηχανές αναζήτησης , Search Engine Friendly, με ενεργοποίηση του από τον πίνακα διαχείρισης ή με την προσθήκη κάποιου plugin όπως το OpenSE

### 3.4.2.1 Πλεονεκτήματα του Joomla

**Κοινότητα Developers:** Το Joomla έχει μεγάλη κοινότητα developers που βοηθούν στην δημιουργία και το support των χιλιάδων open source extensions.

**Ευκολία και φιλικότητα:** Παρά το γεγονός ότι το Joomla δεν είναι τόσο εύχρηστο όσο το WordPress, εντούτοις είναι αρκετά εύκολο στη χρήση του μετά από την αρχική εξοικείωση των χρηστών του.

**Δυνατότητες διαχείρισης:** Επειδή η αρχική φιλοσοφία του Joomla είναι για μεγάλα sites (σε αντίθεση με το WordPress) έχει πολύ καλές δυνατότητες στην διαχείριση και κατηγοριοποίηση μεγάλου αριθμού άρθρων και σελίδων.

### 3.4.2.2 Μειονεκτήματα του Joomla

**Θέματα SEO:** Υπάρχουν αρκετά προβλήματα ως προς την φιλικότητα των Joomla sites στις μηχανές αναζήτησης. Τα προβλήματα αυτά είναι σοβαρά και επίσης εξαιρετικά δύσκολο να λυθούν χωρίς την βοήθεια ενός επαγγελματία συμβούλου SEO.

**Αρχάριοι χρήστες:** Για να ξεκινήσει ένας Webmaster ένα Joomla site χρειάζεται σε αντίθεση με το WordPress κάποιες ειδικές γνώσεις. Τα tutorials που διατίθενται στην επίσημη ιστοσελίδα βοηθούν ακόμα και τον αρχάριο χρήστη να μάθει να στήνει και να διαχειρίζεται ένα Joomla site αλλά χρειάζεται κάποιο διάστημα για να εξοικειωθεί πλήρως. WordPress, Joomla ή Drupal; Ποιο είναι το καλύτερο CMS

<http://www.seosolution.gr> [ Τελευταία πρόσβαση στις 9/4/2016].

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Ανάλυση και Σχεδίαση

### 4.1 Καταγραφή απαιτήσεων

Το κατάστημά μας θα ασχολείται με την πώληση κινητών τηλεφώνων. Αρχικά θα πρέπει να καταγράψουμε τις ιδιότητες που θα έχει κάθε τηλέφωνο αλλά και τις διάφορες τιμές των ιδιοτήτων.

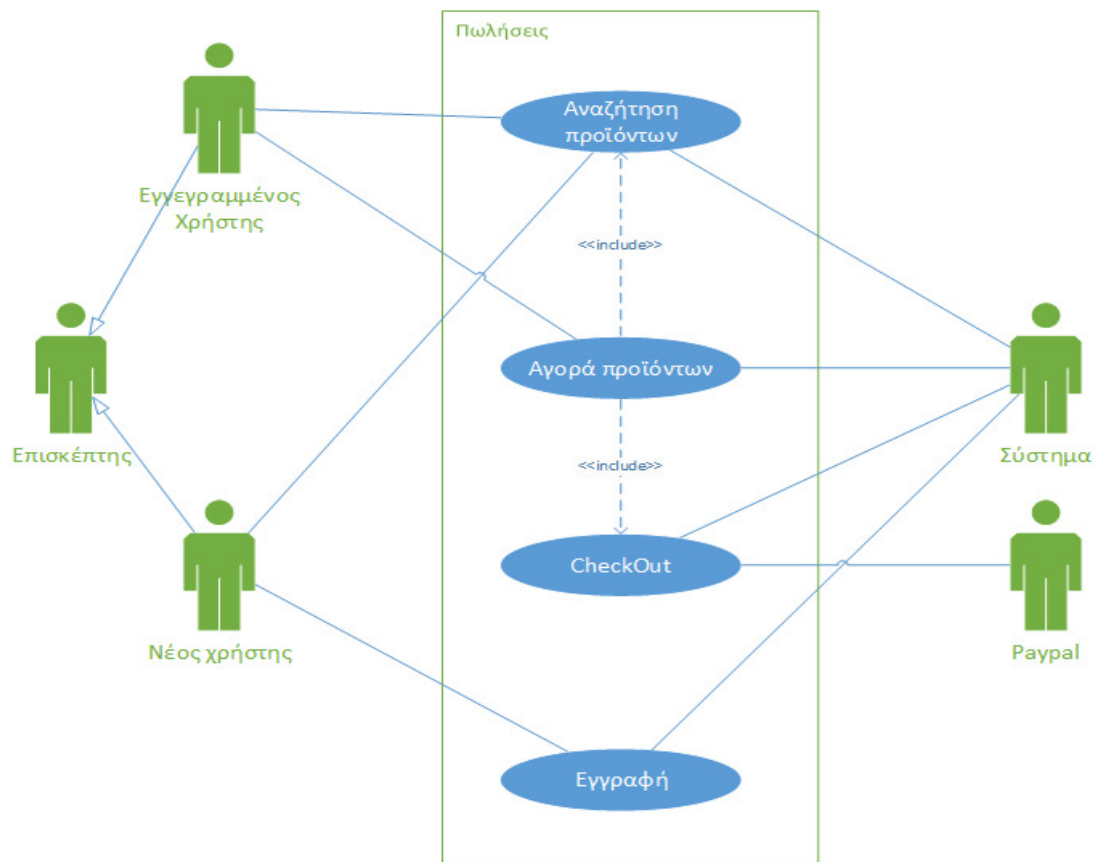
Η πώληση γίνεται μέσα από τη σελίδα δικτύου της επιχείρησης, χρησιμοποιώντας ψηφιακές φόρμες παραγγελίας.

Το ηλεκτρονικό έχει ως βασικούς χρήστες τους πελάτες του. Κάποιοι μπορεί αν είναι απλοί επισκέπτες. Οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει πελάτης του e-shop ακολουθώντας μία τυπική διαδικασία εγγραφής στην οποία δίνει τα προσωπικά του στοιχεία, διεύθυνση αποστολής, όνομα χρήστη και κωδικό που επιθυμεί να έχει στο συγκεκριμένο σύστημα. Το e-shop καθορίζει και σε τιμή θα πωληθεί το κάθε προϊόν. Ένας πελάτης του e-shop μπορεί να περιηγηθεί σε αυτό μέσω της ιστοσελίδας του. Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει ποια κατηγορία τον ενδιαφέρει και να πλοηγηθεί. Εάν ο πελάτης ενδιαφέρεται να αγοράσει ένα προϊόν προς πώληση τότε πρέπει να το προσθέσει στο καλάθι αγορών του. Για να ολοκληρωθεί η αγορά ο πελάτης πρέπει να κάνει checkout.

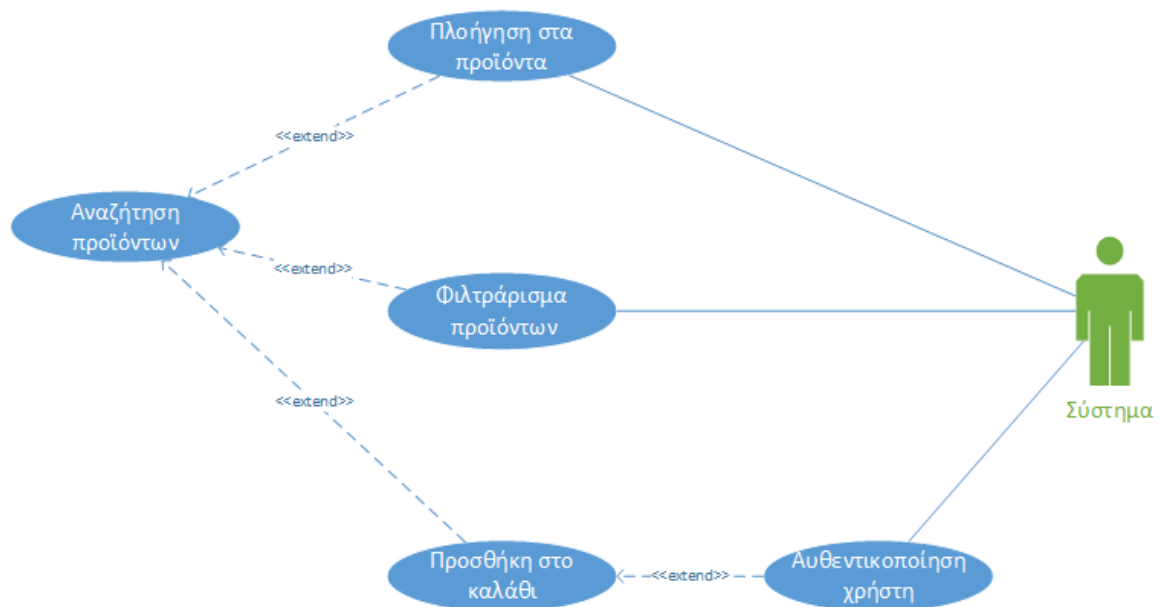
Τη στιγμή που επιλέγει το checkout, σε περίπτωση που δεν έχει συνδεθεί με τα στοιχεία του, το σύστημα του ζητάει να συνδεθεί. Το σύστημα διατηρεί αποθηκευόμενη τη διεύθυνση αποστολής που είχε δώσει ο χρήστης κατά την εγγραφή. Έτσι εάν ο πελάτης δε θέλει να αλλάξει κάποιο από αυτά τα δύο προχωράει άμεσα στην αγορά του προϊόντος.

Ο πελάτης μπορεί να αγοράσει και να πληρώσει το προϊόν με έναν από τους τρόπους που διαθέτει το κατάστημα, είτε με κατάθεση στην τράπεζα, είτε με μετρητά είτε με PayPal. Επίσης μπορεί να επιλέξει και τον τρόπο αποστολής των προϊόντων. Σε περίπτωση που ο πελάτης θέλει να αλλάξει τη διεύθυνση αποστολής ή/και τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας, τα αλλάζει και στη συνέχεια ολοκληρώνει την αγορά του. Μετά την ολοκλήρωση της αγοράς, το e-shop στέλνει στον πελάτη ένα email στο οποίο τον ενημερώνει για τον αριθμό της παραγγελίας του, για το ποια προϊόντα περιλαμβάνει, καθώς επίσης και για την προβλεπόμενη ημερομηνία παράδοσης. Η παραγγελία σε αυτό το σημείο θεωρείται επιτυχής. Για την επιστροφή ενός προϊόντος ο πελάτης εισέρχεται στο σύστημα με τα στοιχεία του και διαλέγει την επιλογή «επιστροφές». Το σύστημα του εμφανίζει μία λίστα με όλα τα προϊόντα που έχουν αποσταλεί σε αυτόν και μπορούν να επιστραφούν.

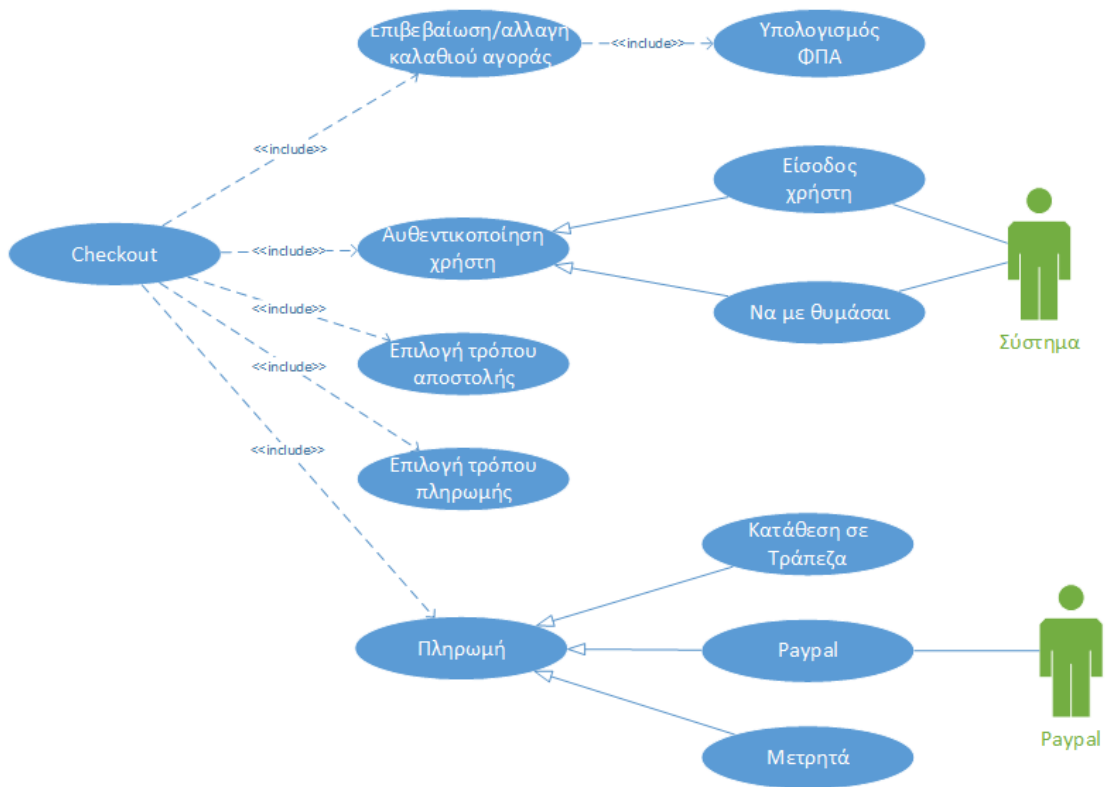
## 4.2 Διάγραμμα χρήσεως



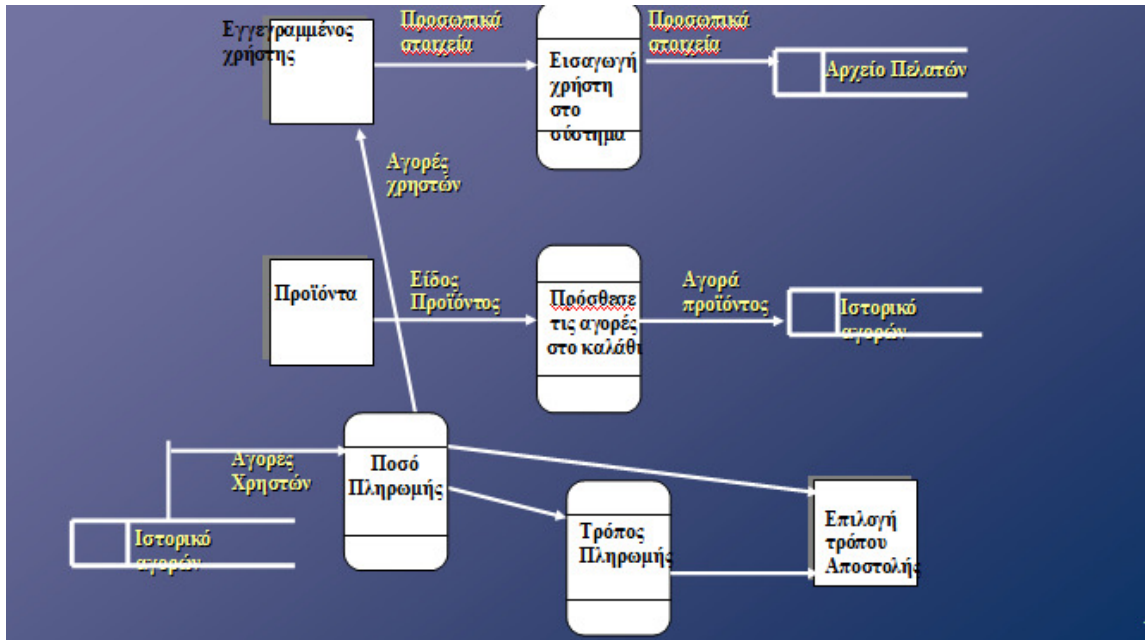
Εικόνα 6 Βασικές εργασίες του χρήστη στο σύστημα



Εικόνα 7 Αναζήτηση προϊόντων του χρήστη στο σύστημα



Εικόνα checkout του χρήστη



Εικόνα 8 διάγραμμα Ροής Δεδομένων του χρήστη

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> Εργαλεία ανάπτυξης

### 5. 1 Τι είναι το Drupal



Το Drupal στην αρχή γράφτηκε από τον Dries Buytaert ως σύστημα πίνακα ανακοινώσεων αλλά το 2001 αποτέλεσε λογισμικό ανοικτού κώδικα. "Drupal" είναι η διατύπωση στην αγγλική γλώσσα της ολλανδικής λέξης "druppel", που σημαίνει «σταγόνα». Ο Buytaert ήθελε να ονομάσει τον ιστοτόπο "dorp" (στα Ολλανδικά σημαίνει «χωριό», αναφερόμενος στη διάσταση της κοινότητας), αλλά έκανε ένα ορθογραφικό λάθος κατά τη διαδικασία ελέγχου του ονόματος χώρου (domain name) και τελικά το άφησε ως Drupal, σκεφτόμενος ότι έτσι ακούγεται καλύτερα. Το Drupal έχει λάβει επαίνους από τους διαχειριστές ιστοσελίδων, σχεδιαστές και προγραμματιστές για τον αρθρωτό σχεδιασμό του.

Το καλοκαίρι του 2005, η Google διεξάγει τον πρώτο Summer of Code διαγωνισμό, όπου το Drupal βρίσκεται στις πρώτες έντεκα θέσεις επιτυχίας. Ακόμη πραγματοποιούνται και δοκιμές μονάδων. Από τότε, η πιο σημαντική αλλαγή στο Drupal ήταν η ενσωμάτωση της βιβλιοθήκης jQuery JavaScript στο Drupal 5.0. Πιστή στο πνεύμα του Drupal, αυτή η βιβλιοθήκη είναι μικρή, σπονδυλωτή, γρήγορη και κάνει τα πράγματα σωστά... Αυτό βοήθησε πολύ την χρηστικότητα του Drupal. Το Νοέμβριος του 2007, η Packt Publishing δίνει στο Drupal το βραβείο καλύτερου CMS. Το Drupal αποτελεί ένα πολύ δυνατό CMS. Χρησιμοποιείται για τον σχεδιασμό δυναμικών ιστοσελίδων και αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για τους προγραμματιστές.

Το Drupal μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλα τα λειτουργικά συστήματα Windows, Mac OS X, Linux, FreeBSD, ή οποιασδήποτε πλατφόρμα που υποστηρίζει είτε το διακομιστή ιστοσελίδων Apache (έκδοση 1.3+), είτε το Internet Information Services (έκδοση IIS5+), καθώς επίσης και τη γλώσσα προγραμματισμού PHP (έκδοση 4.3.3+). Μια νέα υλοποίηση για την βάση δεδομένων επιτρέπει άμεση υποστήριξη για SQLite, MySQL/MariaDB και PostgreSQL. Μέσο contributed modules υποστηρίζονται και οι MS SQL Server, Oracle και άλλα.

Το Drupal είναι μια τεχνολογία ανοιχτού κώδικα. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα καθώς έχει χαμηλό κόστος χρήσης και υψηλή αξιοπιστία καθώς ο κώδικας είναι δημόσια διαθέσιμος και η ποιότητά του ελέγχεται από χιλιάδες μηχανικούς λογισμικού που το χρησιμοποιούν καθημερινά. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της κοινότητας του Drupal από το 2006 ως τον Απρίλιο του 2007, χρήστες κατέβασαν το Drupal από τον επίσημο ιστοτόπο περισσότερες από 600.000 φορές. Μια μεγάλη κοινότητα χρηστών λαμβάνει πλέον μέρος στη συνεχή εξέλιξη του Drupal. (Η Ελληνική κοινότητα του Drupal) (2016) <<http://mydrupal.gr/>> [ Τελευταία πρόσβαση 1/3/2016].

Το Drupal αποτελεί ένα πολύ δημοφιλή προγράμματα σχεδίασης και διαχείρισης ιστοσελίδων για τον αρθρωτό σχεδιασμό του, να παρέχει τα βασικά χαρακτηριστικά του Drupal στην προεπιλεγμένη εγκατάστασή του. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε φορητές συσκευές , οθόνες μέσα στο κατάστημα , στα συστήματα ψυχαγωγίας , και πολλά περισσότερα.

Το Drupal CMS μπορεί να συνεργαστεί με διαφορετικά λειτουργικά συστήματα (όπως Linux, Windows, MacOS), με διαφορετικές τεχνολογίες HTTP Server (όπως Apache, Nginx ή Microsoft IIS HTTP Server) με διαφορετικές υλοποιήσεις της PHP (Zend ή HHVM PHP με ή χωρίς χρήση APC και FPM) και με διαφορετικές σχεσιακές βάσεις δεδομένων (MySQL, PostgreSQL, MariaDB κ.α.). Αυτή συμβατότητα με διαφορετικές τεχνολογίες υποδομής δίνει τη δυνατότητα να επιτρέπει την ιστοσελίδα να εξελιχθεί σε οποιαδήποτε κατεύθυνση. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να ξεκινήσει με ένα blog, αλλά ίσως να θέλει τη δυνατότητα προσθήκης άλλων χαρακτηριστικών, όπως ένα wiki, το ηλεκτρονικό εμπόριο, φόρουμ, πολλαπλούς τύπους περιεχομένου, κ.λ. Με το Drupal, υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργήσει κάποιος τη δικιά του ιστοσελίδα με το δικό του τύπου περιεχομένου. Για παράδειγμα, μπορεί να δημιουργήσει μια προσαρμοσμένη μορφή για τις λίστες καταλόγου ή να προσθέσει ένα προσαρμοσμένο πεδίο σε μια σελίδα . Αυτό είναι ένα από τα πλέον χρησιμοποιούμενα χαρακτηριστικά του Drupal.

Το Drupal έχει ένα πολύ καλό ιστορικό όσον αφορά την ασφάλεια, και διαθέτει μια οργανωμένη διαδικασία για τη διερεύνηση, τον έλεγχο και τη δημοσίευση πιθανά προβλήματα ασφαλείας. Αυτό αποτελεί και ένα σημαντικό στοιχείο που εξηγεί και υποστηρίζει τη χρήση του από χιλιάδες sites υψηλού κύρους και δέχεται συνεχείς αυστηρούς ελέγχους ασφαλείας τόσο από την ίδια την κοινότητά του όσο από ειδικούς ασφαλείας ιστοσελίδων σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο κώδικας του αποδεδειγμένα αποτρέπει όλες τις κοινές απειλές του κυβερνοχώρου ,όπως αυτές ορίζονται από τον οργανισμό Open Web Application Security Project (OWASP). (Τι είναι το Drupal) (2016) «<http://codelibre.com>» [ Τελευταία πρόσβαση 23/3/2016]. Η ομάδα ασφαλείας εργάζεται συνεχώς με την κοινότητα για την αντιμετώπιση των ζητημάτων ασφαλείας που προκύπτουν. Τα μέλη της ομάδας ασφαλείας ενίοτε εκτελούν αναλύσεις του πυρήνα ειδικά εάν υπάρχει μια αδυναμία που μπορεί να βρεθεί από την εύκολη σάρωση.( Η Ελληνική κοινότητα του Drupal)( 2016) «<http://mydrupal.gr/>» [ Τελευταία πρόσβαση 1/3/2016].

## 5.2 Δυνατότητες του Drupal

Το Drupal, όπως πολλά σύγχρονα CMS, επιτρέπει στο διαχειριστή συστήματος να οργανώνει το περιεχόμενο, να προσαρμόζει την παρουσίαση, να αυτοματοποιεί διαχειριστικές εργασίες και να διαχειρίζεται τους επισκέπτες του ιστοτόπου και αυτούς που συνεισφέρουν. Παρόλο που υπάρχει μια πολύπλοκη προγραμματιστική διεπαφή, οι περισσότερες εργασίες μπορούν να γίνουν με λίγο ή και καθόλου προγραμματισμό. Το Drupal ορισμένες φορές περιγράφεται ως

«υποδομή για εφαρμογές ιστού», καθώς οι δυνατότητές του προχωρούν παραπέρα από τη διαχείριση περιεχομένου, επιτρέποντας ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών και συναλλαγών.

Η πολυγλωσσικότητα του Drupal βελτιώθηκε δίνοντας καλύτερη υποστήριξη από την εγκατάσταση, υποστήριξη γλωσσών που γράφονται από δεξιά προς τα αριστερά όπως τα αραβικά, αυτόματη εισαγωγή μεταγλώττισης του UI και τέλος αλλά εξίσου σημαντικό η υποστήριξη για μεταφράσεις περιεχομένου σε πολλές γλώσσες.

Η ενσωμάτωση του update module στο core, μας επιτρέπει να παρακολουθούμε αν βγήκε καινούρια έκδοση ή ενημερώσεις ασφαλείας από τα εγκαταστημένα module

Οι εκτεταμένες δυνατότητες του drupal και η ικανότητα του να διαχειριστεί σχεδόν κάθε τύπο περιεχομένου το κάνει την καλύτερη λύση για τις σύγχρονες ιστοσελίδες. Το drupal μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες σας και σας δίνει την δυνατότητα να διαχειριστείτε κείμενα, εικόνες, podcasts, blogs, βίντεο, εκδηλώσεις και ημερολόγια, δημοσκοπήσεις, forums και πολλά άλλα. Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά του drupal είναι η δυνατότητα παραμετροποίησης του γι' αυτό μπορούμε να του δώσουμε την μορφή και τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να καλυφθούν οι ανάγκες της κάθε ιστοσελίδας και επιχείρησης. **Οι δυνατότητες των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου** περιλαμβάνουν και τα παρακάτω χαρακτηριστικά.

- ❖ Προσθήκη περισσότερων σελίδων στην ιστοσελίδα σας με μερικά κλικ.
- ❖ Επεξεργασία του περιεχομένου όλης της ιστοσελίδας με απλό τρόπο.
- ❖ Διαχείριση μελών και διαχειριστών.
- ❖ Επεξεργασία ηλεκτρονικών φορμών.

## 5.3 Μονάδες του Drupal

Με τον όρο μονάδες ή αλλιώς modulus εννοούμε τις έτοιμες εφαρμογές που εκτελούν κάποιες συγκεκριμένες λειτουργίες χωρίς να γράψουμε καθόλου κώδικα. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το (login) η είσοδος δηλαδή του χρήστη στην εφαρμογή. Η κατασκευή αυτών των μονάδων για τη χρησιμοποίησή τους σε πολλές διαφορετικές εφαρμογές έχει ως αποτέλεσμα την υψηλή ποιότητά τους, την ασφάλεια τους και την ευελιξία τους. Το Drupal API προωθεί την υψηλή ποιότητα κώδικα των modules αλλά και την δυνατότητα συντήρησής του με την χρήση των Hooks. Η χρήση των hooks επιτρέπει στους προγραμματιστές να αλλάξουν την συμπεριφορά της εφαρμογής δίχως όμως να απαιτείται να τροποποιούν τον βασικό κώδικα του Drupal ή των Contributed Modules.

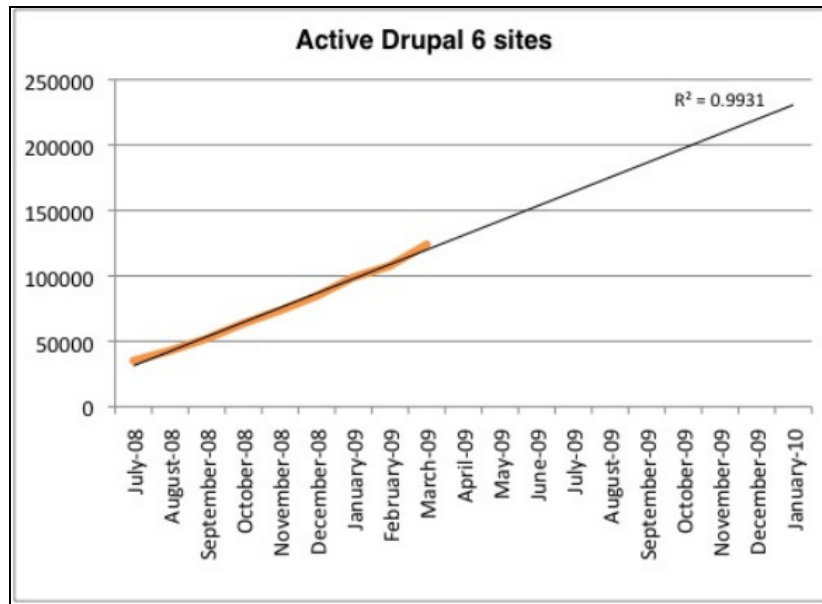
Πιο συγκεκριμένα οι μονάδες που περιέχονται στον πυρήνα του Drupal παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα :

- ❖ Να ταξινομούν και να αναθεωρούν την ύλη
- ❖ να κάνουν αναζητήσεις



- ❖ να έχουν τη δυνατότητα να κάνουν σχόλια
- ❖ να δημιουργούν Forum συζητήσεων
- ❖ οι χρήστες να έχουν τη δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ τους αλλά και με τον διαχειριστή της ιστοσελίδας
- ❖ να κάνουν χρήση των θεμάτων που τους αρέσει για το ιστότοπό τους.
- ❖ παρέχουν ροές RSS
- ❖ να υπάρχει ροή του περιεχομένου από άλλους
- ❖ να κάνουν εγγραφή ως χρήστες και να διαχειρίζονται τους λογαριασμούς τους
- ❖ να καθορίζουν ρόλους χρηστών, με τον ορισμό αδειών (permissions) στους χρήστες για τη χρησιμοποίηση επιλεγμένων χαρακτηριστικών του ιστοτόπου
- ❖ να έχουν άμεση πρόσβαση σε αναφορές και στατιστικά που αφορούν τον ιστότοπό τους.
- ❖ να δημιουργούν φιλικές στο χρήστη, εύκολες προς απομνημόνευση, διευθύνσεις URL
- ❖ Δυνατότητες συστημάτων e-commerce .
- ❖ Χαρακτηριστικά ροής εργασιών
- ❖ Γκαλερί φωτογραφιών .
- ❖ Σελίδων ομάδων ατόμων (οργανικά γκρούπ) .
- ❖ Χάρτες ιστοτόπου για το Google .
- ❖ Διαχείριση λιστών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- ❖ Ένα σύστημα διαχείρισης των συστατικών στοιχείων σχέσεων (CRM),
- ❖ Ενσωμάτωση με ένα CVS που είναι ένα Σύστημα εκδόσεων (CVS), το οποίο ελέγχει και παρακολουθεί όλες τις εργασίες και όλες τις αλλαγές σε ένα σύνολο αρχείων και επιτρέπει σε πολλούς προγραμματιστές (ενδεχομένως σε μεγάλη απόσταση στο χώρο και το χρόνο) για να συνεργάζονται . (Πτυχιακή εργασία της φοιτήτριας Σκαρμούτσου Δήμητρας)( 2012) «<https://www.techylib.com/el/>» [Τελευταία πρόσβαση 1/3/2016]

Τέλος το drupal σε συνδυασμό με κάποιο εγκατεστημένο module είναι δυνατό να ορίζει επιπλέον ειδικούς τύπους οντοτήτων όπως :Ομάδες Χρηστών (Groups), Φόρμες Συλλογής Δεδομένων (Webforms), Προϊόντα ή ψηφιακές συνδρομές (ecommerce product), Ευρετήρια Αναζήτησης (Search API index)



Εικόνα 9 Στατιστικά λήψης του Drupal (Πηγή : <http://buytaert.net/tag/statistics> )

## 5.4 Μεταφράσεις

Τον Αύγουστο του 2007, οι μεταφράσεις για τη διεπαφή του Drupal είναι διαθέσιμες σε 37 γλώσσες εκτός της Αγγλικής (της εξ' ορισμού). Οι υποστηριζόμενες γλώσσες περιλαμβάνουν ορισμένες που διαβάζονται από δεξιά προς τα αριστερά, όπως τα Αραβικά και τα Εβραϊκά.<sup>7</sup>

## 5.5 Διανομές

Υπάρχουν πολλές ς διανομές του Drupal με πολλές τροποποιήσεις στον πυρήνα, συμπεριλαμβανομένου του vbDrupal, που είναι το Drupal συγχωνευμένο με το VBulletin. Πολλές καινοτομίες του CivicSpace έχουν συμπεριληφθεί στο Drupal. Χαρακτηριστικά ιδιαίτερα χρήσιμα σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και πολιτικές καμπάνιες παρέχονται στη μονάδα CiviCRM για το Drupal 5.0 και άνω. «Έχει προταθεί η διανομή "προ-κατασκευασμένων" εγκαταστάσεων Drupal που έχουν προ-διαμορφωθεί με μονάδες τρίτων και ρυθμίζεται για συγκεκριμένα ήδη ιστοτόπων: ένα on-line κατάστημα, ένας ιστοτόπος με κριτικές για μουσική, ένας ιστοτόπος για ιστολόγια, κτλ. Το Drupal 5.x τείνει προς αυτή την κατεύθυνση, παρέχοντας ένα σετ από "προφίλ εγκατάστασης" προσαρμοσμένα για συγκεκριμένους στόχους.»<sup>8</sup>

<sup>7</sup> <http://www.easypedia.gr/el/articles/d/r/u/Drupal.html>

<sup>8</sup> <http://www.easypedia.gr/el/articles/d/r/u/Drupal.html>

## 5.6 Τα κύρια Χαρακτηριστικά του Drupal

**Αρθρωτή Αρχιτεκτονική και άρτια Προγραμματιστική Διεπαφή (API)**  
Το Drupal CMS είναι δομημένο με αρθρωτή (modular) αρχιτεκτονική.

**Ανεπτυγμένο Υποσύστημα Διαχείρισης της Δομής του Περιεχομένου**  
Το Drupal διαθέτει το πλέον ανεπτυγμένο υποσύστημα διαχείρισης της δομής του περιεχομένου στην κατηγορία των CMS συστημάτων. Ειδικότερα υιοθετεί την έννοια «οντότητα» για κάθε αντικείμενο περιεχομένου. Ως περιεχόμενο ορίζεται γενικά ό,τι μπορεί να καταχωρήσει κάποιος χρήστης στην εφαρμογή. Οι τυπικές οντότητες που ορίζονται είναι:

**Κόμβοι περιεχομένου (content nodes)** – Αποτελεί τον βασικό τύπο οντότητας περιεχομένου. Τυπικά το drupal περιέχει δύο υποτύπους (bundles ή αλλιώς content types) αυτού του τύπου τα Basic Pages και τα Articles. Οι διαχειριστές μπορούν να προσθέσουν όμως απεριόριστους υποτύπους.

**Όροι Ταξινόμησης (taxonomy terms)** – Οι όροι ταξινόμησης χρησιμοποιούνται για τον χαρακτηρισμό του περιεχομένου. Κάθε υπο-τύπος (bundle ή αλλιώς vocabulary) υποστηρίζει την ιεραρχική καταχώρηση διαφορετικών όρων. Οι διαχειριστές μπορούν να δημιουργήσουν διαφορετικά vocabularies που τυπικά μοντελοποιούν ανεξάρτητες διαστάσεις χαρακτηρισμού όλων ή κάποιων content types.

**Στοιχεία Μενού (menu items)** – Ο τύπος αυτός είναι παρόμοιος με τον όρο ταξινομίας, δηλαδή οι οντότητες καταχωρούνται σε ένα ιεραρχικά δομημένο δένδρο, αλλά είναι περισσότερο προσανατολισμένος στην παραγωγή των μενού πλοήγησης της εφαρμογής. Για τον λόγο αυτό το περιεχόμενο αυτού του τύπου οντότητας γίνεται cached σε επίπεδο εφαρμογής για λόγους απόδοσης. ( Η Ελληνική κοινότητα του Drupal)( 2016) «<http://mydrupal.gr/>» [ Τελευταία πρόσβαση 1/3/2016].

**Χρήστες (Users)** – Οι χρήστες στο Drupal αποτελούν ακόμα ένα τύπο οντότητας περιεχομένου. Με τον τρόπο αυτό και με την χρήση των πεδίων όπως περιγράφεται παρακάτω επιτυγχάνεται μεγάλη ευελιξία στο ποια στοιχεία μπορούν να αποτελούν καταχωρούμενα χαρακτηριστικά για κάθε χρήστη.

Το Drupal υποστηρίζει μια μεγάλη πληθώρα πεδίων που καλύπτουν σχεδόν κάθε ανάγκη μοντελοποίησης. Ενδεικτικά αναφέρονται μερικοί από τους τύπους πεδίων που υποστηρίζονται είτε από το drupal core είτε με την προσθήκη κάποιου contributed module. Κάθε τύπος πεδίου εμπεριέχει κανόνες για την επαλήθευση (validation) της καταχωρούμενης από τους χρήστες τιμής (πχ το email field κάνει έλεγχο ότι η τιμή που καταχώρησε κάποιος χρήστης έχει σωστή μορφή αλλιώς του εμφανίζει κατάλληλο μήνυμα σφάλματος). Εκτός από τα πεδία κάθε οντότητα ανάλογα με τον τύπο της διαθέτει και κάποιες βασικές ιδιότητες (πχ οντότητες τύπου content node διαθέτουν τις ιδιότητες τίτλος, συγγραφέας, ημερομηνία/ώρα δημιουργίας, ημερομηνία/ώρα τελευταίας επεξεργασίας, publishing status, γλώσσα κ.α. βασικές ιδιότητες)

## Άρτια Γραφική Διεπαφή Χρήστη (UI)

Το Drupal διαχωρίζει το περιεχόμενο από την παρουσίασή του. Ειδικότερα το Drupal core ενσωματώνει templating μηχανισμό βασισμένο στην PHP που επιτρέπει την ανάπτυξη γραφιστικών θεμάτων (theme modules). Το ενεργοποιημένο γραφιστικό θέμα ορίζει τον τρόπο παρουσίασης του περιεχομένου.).

**Προσωποποιημένο περιβάλλον:** Βασικό στοιχείο του συστήματος είναι ένα ιδιαίτερα χρήσιμο προσωποποιημένο περιβάλλον. Τόσο το περιεχόμενο όσο και η παρουσίασή του μπορεί να είναι διαφορετικά ανάλογα με τις επιλεγμένες ρυθμίσεις κάθε χρήστη

**Πιστοποίηση χρήστη:** Οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν και να πιστοποιηθούν είτε τοπικά είτε χρησιμοποιώντας κάποια εξωτερική πηγή πιστοποίησης, όπως το Jabber, το Blogger ή το LiveJournal. Αν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί εντός ενός ενδοδικτύου, το Drupal μπορεί να συνεργαστεί με εξυπηρετητή LDAP.

**Δημοσκοπήσεις:** Το σύστημα διαθέτει μονάδα δημοσκοπήσεων η οποία δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες και τους διαχειριστές να διενεργούν δημοσκοπήσεις και να τις παρουσιάζουν σε διάφορες σελίδες

**Δημιουργία προτύπων:** Το σύστημα διαχωρίζει το περιεχόμενο από την παρουσίασή του, επιτρέποντας στο χρήστη να ελέγχει την εξωτερική εμφάνιση του διαδικτυακού χώρου. Τα πρότυπα δημιουργούνται με τη βοήθεια κώδικα HTML και PHP, κάτι που σημαίνει ότι ο χρήστης δε χρειάζεται να μάθει κάποια ιδιόκτητη γλώσσα δημιουργίας προτύπων

**Έλεγχος εκδόσεων:** Το σύστημα εκδόσεων του Drupal καταγράφει τις λεπτομέρειες των ενημερώσεων του περιεχομένου, λεπτομέρειες όπως το χρήστη που τροποποίησε το περιεχόμενο, την ημερομηνία και την ώρα που οι τροποποιήσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν, καθώς και ποια τμήματα του περιεχομένου έχουν τροποποιηθεί. Το σύστημα ελέγχου εκδόσεων παρέχει τη δυνατότητα στο χρήστη να προσθέτει σχόλια, καθώς και να μπορεί να επαναφέρει το περιεχόμενο σε προηγούμενη έκδοσή του.

**Υποστήριξη API για Bloggers:** Το API για Bloggers επιτρέπει στο διαδικτυακό χώρο να ενημερώνεται μέσω πολλών διαφορετικών εργαλείων. Σε αυτά περιλαμβάνονται εργαλεία που δεν είναι web-based, τα οποία παρέχουν πλουσιότερο περιβάλλον επεξεργασίας.

**Δυνατότητα πολλαπλών γλωσσών:** Το Drupal έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των χρηστών του διεθνώς και για το λόγο αυτό παρέχει πλήρες περιβάλλον εργασίας για τη δημιουργία πολυγλωσσικών διαδικτυακών χώρων, blogs και εφαρμογών διαχείρισης περιεχομένου. Όλο το κείμενο μπορεί να μεταφραστεί με τη βοήθεια γραφικού περιβάλλοντος, εισάγοντας υφιστάμενες μεταφράσεις ή ενσωματώνοντας κάποιο άλλο εργαλείο, όπως το GNU gettext.

## 5.7 Πλεονεκτήματα του Drupal

Εκατοντάδες χιλιάδες ανθρώπων και επιχειρήσεων χρησιμοποιούν το Drupal σε μια μεγάλη ποικιλία δικτυακών τόπων, όπως σε:

- ❖ Web πύλες
- ❖ Δικτυακούς τόπους συζήτησης
- ❖ Εταιρικούς δικτυακούς Τόπους
- ❖ Εφαρμογές
- ❖ Προσωπικούς δικτυακούς τόπους ή ιστολόγια (blog)
- ❖ Εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου
- ❖ Καταλόγους πόρων
- ❖ Δικτυακούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης.

**Εύκολο στην χρήση και την ενημέρωση:** Μπορείτε να ενημερώσετε την ιστοσελίδα σας όποτε εσείς το επιθυμήσετε, όπου το επιθυμήσετε, χωρίς ανησυχία. Δεν χρειάζεται να ζητήσετε από τον σχεδιαστή της ιστοσελίδας να το κάνει για εσάς.

**Μηδενικό κόστος:** Το Drupal είναι λογισμικό ανοιχτού κώδικα, έτσι δεν χρειάζεται να καταβάλετε έξοδα ούτε για χορήγηση αδειών αλλά ούτε και για την ανάπτυξη της ιστοσελίδας σας.

**Αξιόπιστο και ασφαλές:** Το Drupal έχει μια εκτεταμένη και ενεργή κοινότητα που το υποστηρίζει. Βελτιώνεται συνεχώς και υπόκειται σε εκτεταμένο έλεγχο, έτσι μπορείτε να βασιστείτε πάνω του , είναι στέρεο σαν βράχος!

**Φιλικό με μηχανές αναζήτησης:** Μπορεί να διαμορφωθεί για φιλικές διευθύνσεις (URLs). Το παραγόμενο περιεχόμενο σχεδιάζεται έτσι ώστε να συμμορφώνεται με τους κανονισμούς κάτι που δεν βοηθάει στην ώθηση των ταξινομήσεων της μηχανής αναζήτησης αλλά είναι προσιτό.

## 5.8 Μειονεκτήματα του Drupal

**Πολυπλοκότητα:** Η τεχνική του Drupal είναι εξαιρετικά δύσκολη αντίθετα με το WordPress και το Joomla. Το Drupal απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις προγραμματισμού

**Έλλειψη Δωρεάν Plugins:** Τα Plugins στο Drupal ονομάζονται « modules ». Επειδή κατά κύριο λόγο χρησιμοποιείται για την κατασκευή των σελίδων των επιχειρήσεων τα περισσότερα καλά module δεν είναι δωρεάν.

**Έλλειψη Templates:** Το Drupal έχει έλλειψη πολλών έτοιμων templates και επίσης τα περισσότερα που διατίθενται είναι επί πληρωμή. Άρα για να δημιουργήσει κάποιος αρκετές δυνατότητες στο site του θα πρέπει ή να σπαταλήσει αρκετό χρόνο για να τα κάνει ο ίδιος ή να πληρώσει έναν προγραμματιστή να τα υλοποιήσει εκείνος.

## Συμπέρασμα

Το Drupal είναι ένα ολοκληρωμένο επιχειρησιακό CMS. Συνιστάται για μεγάλα έργα όπου η σταθερότητα, επεκτασιμότητα και η δύναμη που έχουν είναι προτεραιότητα έναντι στην ευκολία χρήσης και την αισθητική.

## 5.9 Εγκατάσταση Web Server

Αρχικά μεταβαίνουμε στον ιστότοπο <https://www.apachefriends.org/> και κάνουμε τη μεταφόρτωση του XAMPP. Ο XAMPP είναι ένα ελεύθερο λογισμικό το οποίο περιέχει ένα εξυπηρετητή ιστοσελίδων το οποίο μπορεί να εξυπηρετεί και δυναμικές ιστοσελίδες τεχνολογίας PHP/MySQL. Είναι ανεξάρτητο πλατφόρμας και τρέχει σε Microsoft Windows, Linux, Solaris, and Mac OS X και χρησιμοποιείται ως πλατφόρμα για την σχεδίαση και ανάπτυξη ιστοσελίδων με την τεχνολογίες όπως PHP, JSP και Servlets. (XAMPP) (2015) <<https://el.wikipedia.org/wiki/XAMPP>> τελευταία επίσκεψη: 20/03/2016.

Για την εγκατάσταση του Drupal στον υπολογιστή χρειάζεται έναν web server για να λειτουργήσει. Ένας τέτοιος web server είναι ο Apache Και τα τρία Apache, PHP, MySQL τα περιλαμβάνει ένα πακέτο που λέγεται XAMPP. Επίσης διαθέτει και άλλα χρήσιμα εργαλεία, όπως το PhpMyAdmin. Χρησιμοποιήσαμε την MyPhpAdmin και κάναμε μια βάση Drupal, ίδιο όνομα με αυτό του φακέλου του Drupal μέσα στον υποφάκελο Xampp\htdocs\drupal.

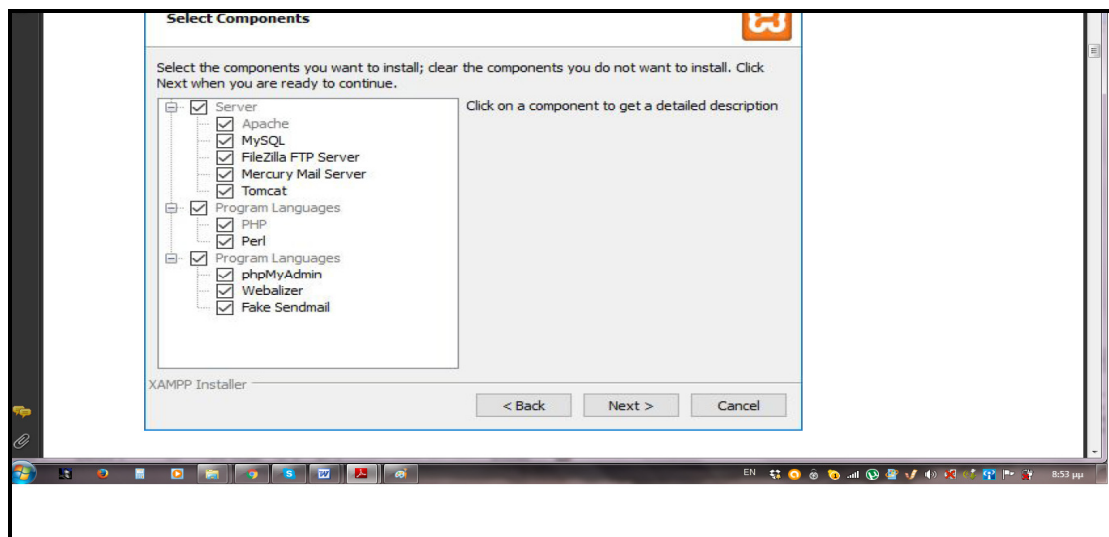
## 5.10 Μεταφόρτωση και εγκατάσταση του Xampp Stack



The image shows a screenshot of the XAMPP website. At the top, there is a header with the XAMPP logo and the text "XAMPP Apache + MariaDB + PHP + Perl". Below the header, there is a section titled "What is XAMPP?" which describes XAMPP as the most popular PHP development environment. To the right of this text is a video player showing the XAMPP logo. At the bottom, there is a "Download" button with a link to other versions, and three buttons for downloading XAMPP for Windows, Linux, and OS X, all version 5.6.15 (PHP 5.6.15).

Εικόνα 10 Xampp

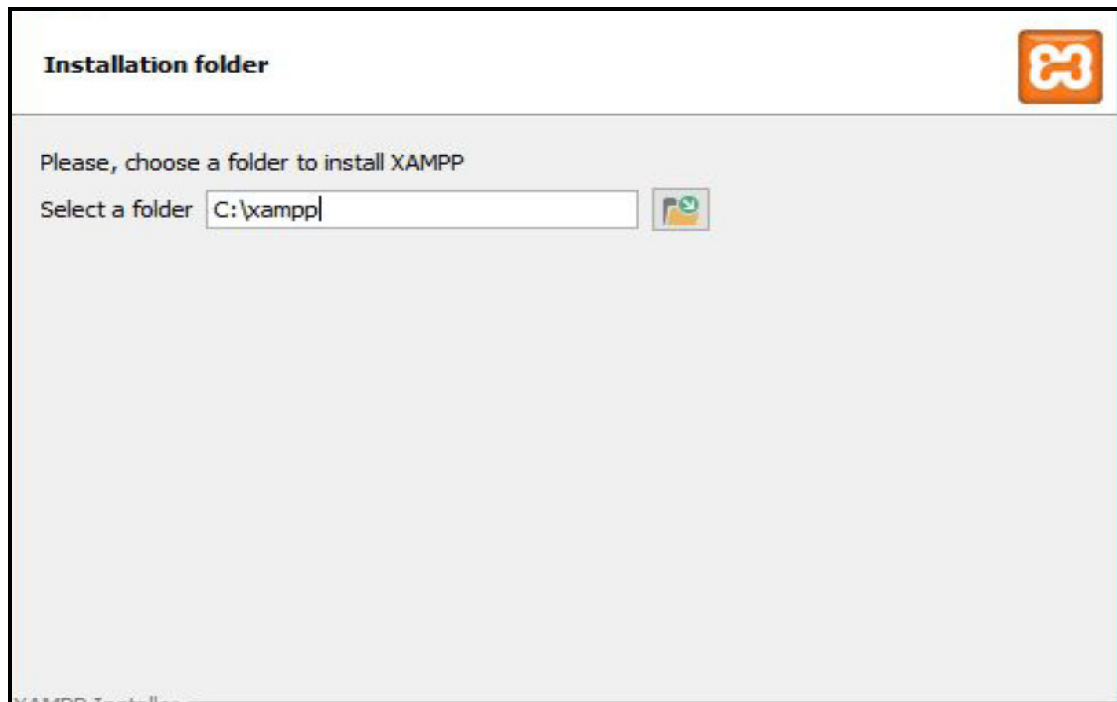
Εφόσον κατέβηκε το αρχείο εγκατάστασης του xampp, κάνω διπλό κλικ στο αρχείο για να ξεκινήσω την εγκατάσταση του .Το xampp μας καλωσορίζει για εγκατάσταση και πατάω Next για να πάω στο επόμενο βήμα



Εικόνα 11 Εγκατάσταση του Xampp

Σ' αυτό το βήμα επιλέγουμε ποια στοιχεία θέλουμε να εγκατασταθούν μαζί με το xampp όπως τον Apache ,τη MySQL και FileZila .Όποια δεν θέλω τα ξετσεκάρω για να μην εγκατασταθούν. Τα αφήνουμε όλα τσεκαρισμένα και πηγαίνουμε στο επόμενο βήμα.

Τώρα ζητείται να ορίσω τη θέση στην οποία θα εγκατασταθεί η εφαρμογή του xampp. Το πρόγραμμα προτείνει να το εγκαταστήσουμε σε μια συγκεκριμένη θέση. Εμείς διατηρούμε τη θέση που προτείνεται. Σ' αυτό το φάκελο θα εγκατασταθούν όλες οι εφαρμογές του xampp



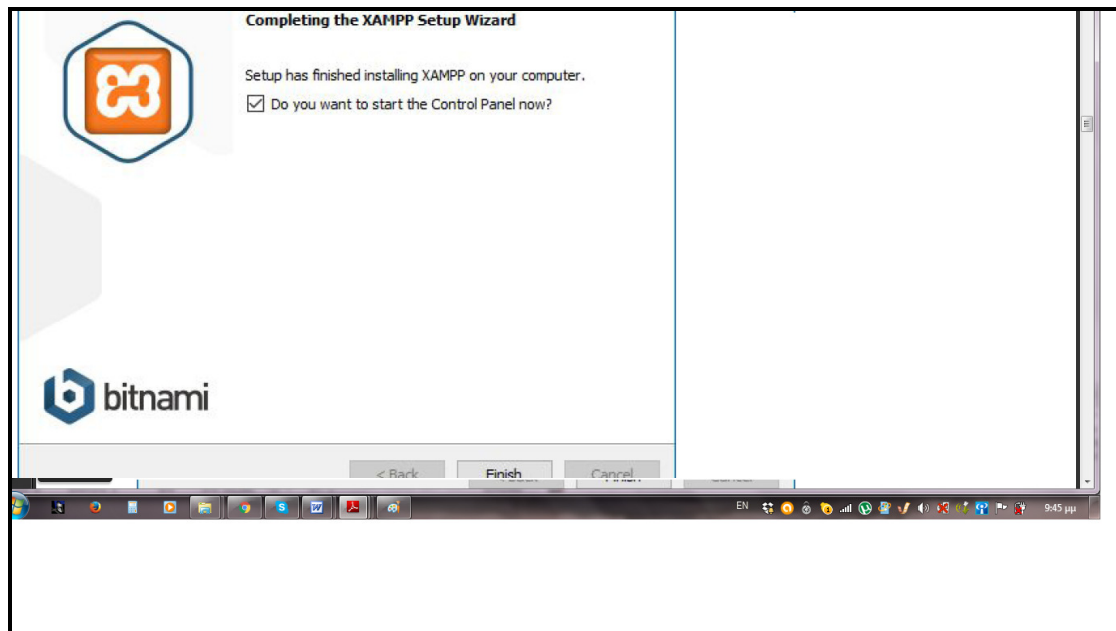
Εικόνα 12 Εγκατάσταση του Xampp



Εικόνα 13 Εγκατάσταση του Xampp

Στο επόμενο βήμα γίνεται ενημέρωση ότι το xampp υποστηρίζει γνωστά Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου ανοιχτού κώδικα όπως το Joomla, Drupal WodPress.





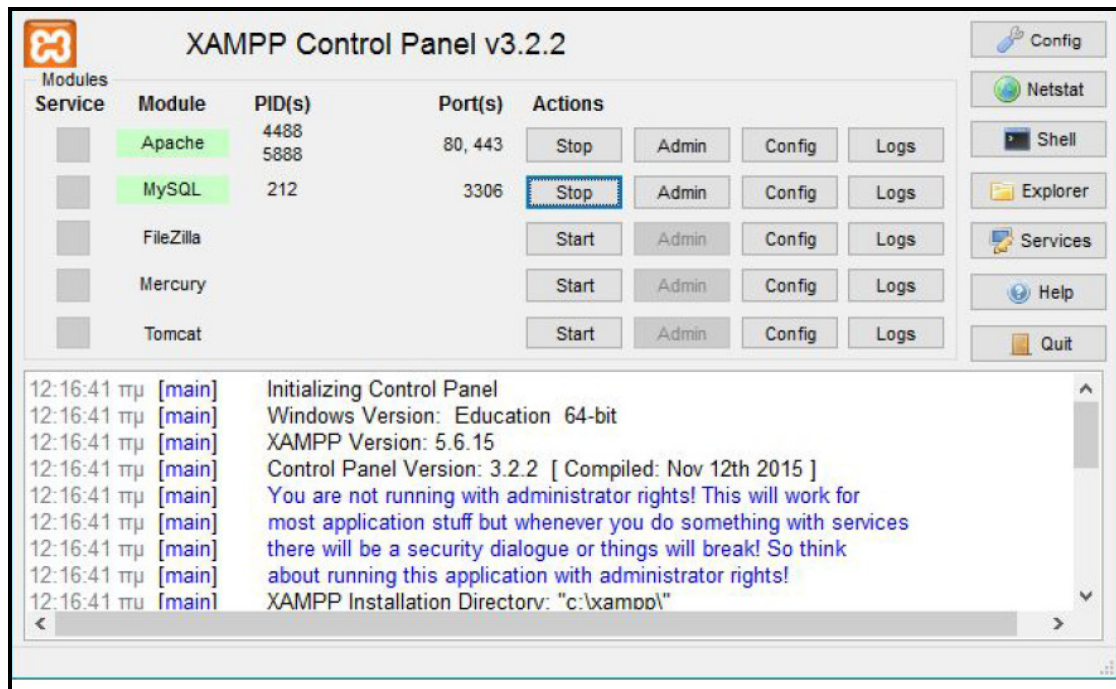
Εικόνα 14 Εγκατάσταση του Xampp

Πατώντας τώρα το κουμπί Install ξεκινάει η εγκατάσταση της εφαρμογής, η οποία θα διαρκέσει λίγα λεπτά. Εφόσον η εγκατάσταση ολοκληρωθεί, πατάμε το κουμπί Finish για να κλείσει το παράθυρο της εγκατάστασης του xampp.

Είναι η στιγμή που πρέπει να λειτουργήσουμε το xampp. Πάμε τώρα στην Επιφάνεια Εργασίας και από το μενού Έναρξη (Start) των windows επιλέγουμε όλα τα προγράμματα και βρίσκουμε σε έναν φάκελο με όνομα xampp, ανοίγουμε τον φάκελο και επιλέγουμε xampp control panel.

## 5.11 Εκκίνηση του Apache και MySQL Server

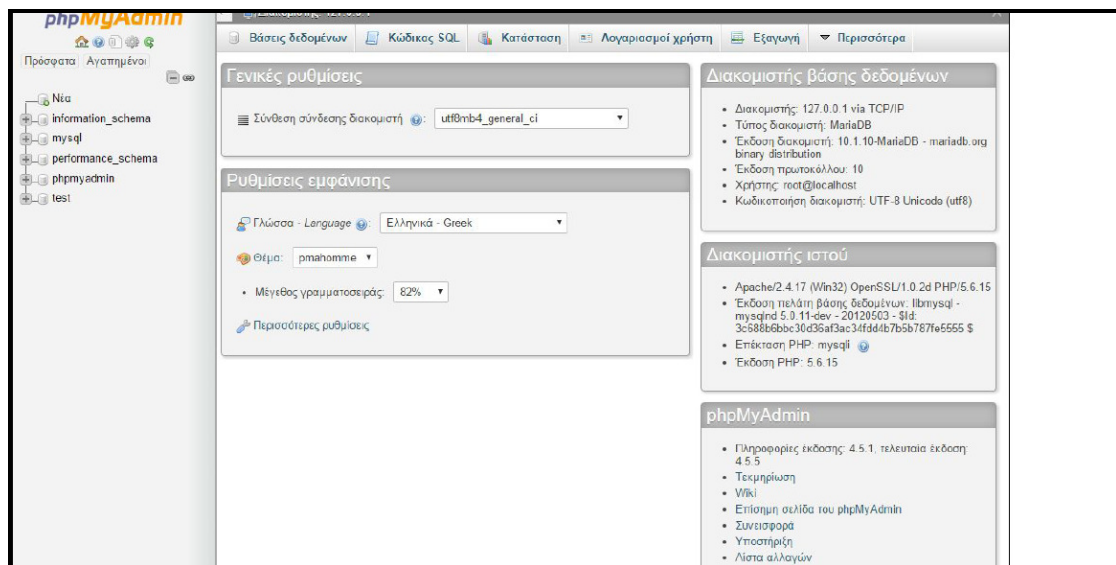
Από το Control Panel πατάμε το κουμπί Start για να ξεκινήσει ο Apache και το κουμπί Start για να ξεκινήσει η MySql . Περιμένουμε να γίνει πράσινο η λέξη Apache και η λέξη MySql. Αυτό σημαίνει ότι και ο Apache και η MySql λειτουργούν σωστά.



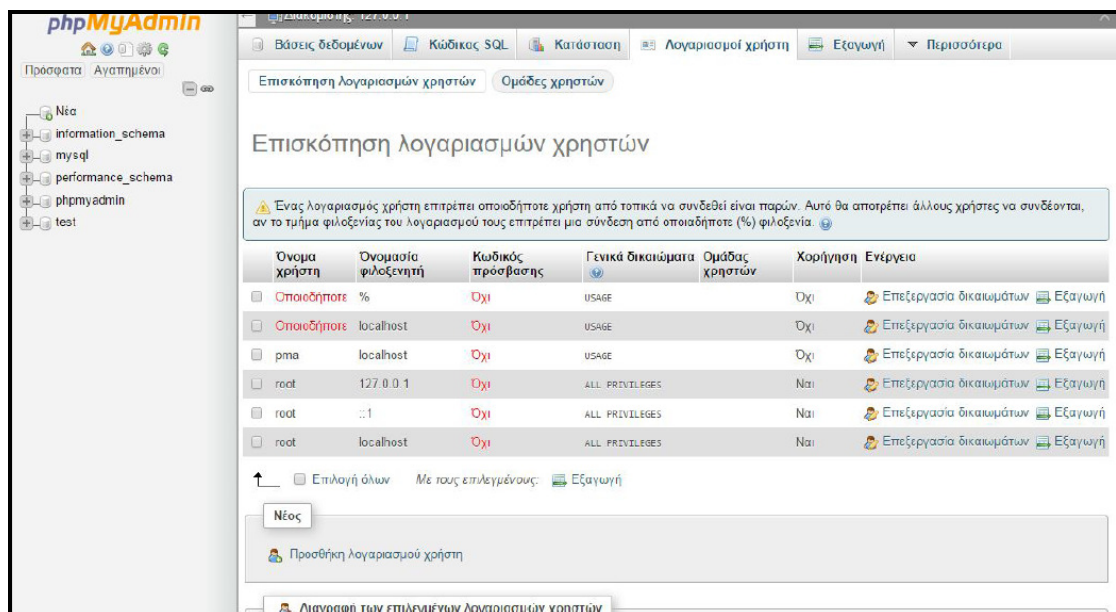
Εικόνα 15 Εκκίνηση Apache web server και MySql database server

Στη συνέχεια προχωρήσαμε στη δημιουργία χρήστη και βάσης δεδομένων στο PhpMyAdmin (localhost/phpmyadmin) με κωδικό myshop και όλα τα δικαιώματα στη βάση myshop.

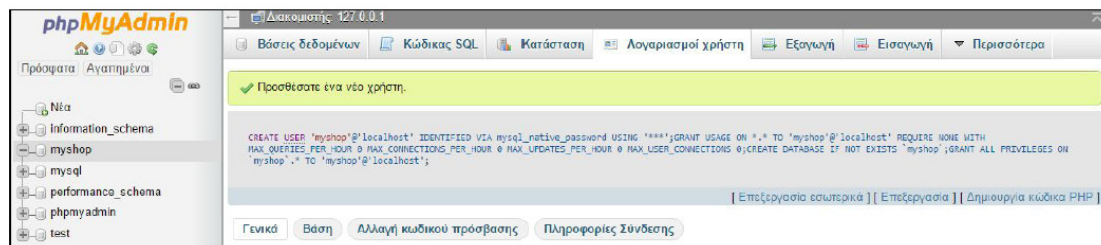
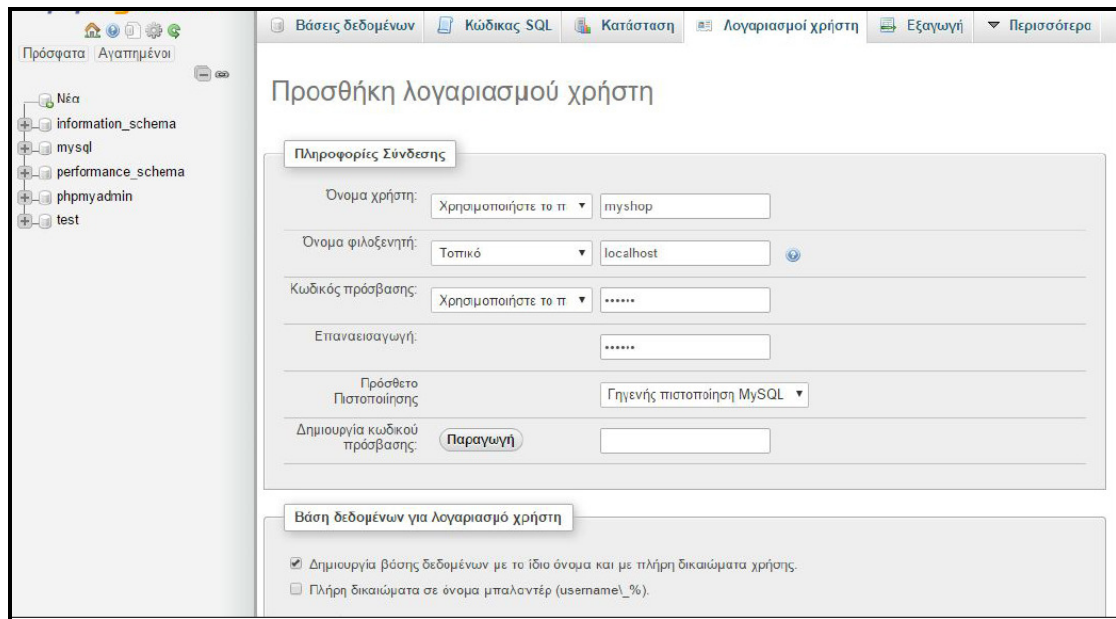
## 5.12 Δημιουργία Βάσης Δεδομένων με το PHPMYAdmin



Εικόνα 16 Δημιουργία βάσης δεδομένων και χρήστη στο MySQL



Εικόνα 17 Επιλογή μενού “Λογαριασμοί χρήστη”



Εικόνα 18 Δημιουργία χρήστη “myshop” με βάση δεδομένων “myshop”

## 5.13 Μεταφόρτωση και εγκατάσταση του Drupal Commerce

Στη συνέχεια προχωρήσαμε στην Διαδικασία εγκατάστασης Drupal Commerce. Η μεταφόρτωση Drupal Commerce Kickstart 2 έγινε από το [http://drupal.org/project/commerce\\_kickstart](http://drupal.org/project/commerce_kickstart) που περιλαμβάνει τις πιο πρόσφατες εκδόσεις του Drupal Commerce , καθώς και τις άλλες μονάδες εξαρτάται . Επίσης, δίνει μια σειρά από επιλογές για να δημιουργήσουμε ένα πλήρως εξοπλισμένο demo κατάστημα. Από το 2011 έχουν γίνει πολλές αλλαγές στον κόσμο Drupal Commerce. Το Drupal Commerce μεγάλωσε αρκετά για να περάσει το Ubercart ως η πιο δημοφιλής λύση για ψώνια για το Drupal. Ένας καλός αριθμός των μεγάλων τόπων μετακόμισε στο Drupal Commerce. Η διανομή πλέον του Kickstart, επιτρέπει στους ανθρώπους να οργανώσουν ένα κατάστημα γρήγορα, και έτσι να γίνει η πιο δημοφιλής διανομή Drupal. Η έκδοση 2 Εμπορίου Kickstart 2 κυκλοφόρησε πρόσφατα,

Υπάρχουν δύο τρόποι για την εγκατάσταση του Drupal Commerce. Μπορείτε να το κάνετε από την αρχή με την εγκατάσταση του Drupal 7. Αυτή η διαδικασία απαιτεί επιπλέον διαμόρφωση των προϊόντων και εμφανίζει το προϊόν πριν να

μπορείτε να ξεκινήσετε την πώληση μέσα από το site σας. Ωστόσο, αυτό δεν σας δώσει ένα μεγαλύτερο βαθμό ελέγχου επί πώς ακριβώς τα στοιχεία είναι ρυθμισμένα από την αρχή.

Ένας ευκολότερος τρόπος για να εγκαταστήσετε το Drupal Commerce θα ήταν να χρησιμοποιήσετε μια διανομή που επιτρέπει και να ρυθμίζει τις ενότητες και τα συστατικά Εμπορίου για σας. Η κύρια διανομή Drupal Commerce είναι το Kickstart.

**Recommended releases**

This distribution has not been ported to Drupal 8. Refer to this [issue](#) to find out its progress.

| Version  | Download                          | Date        |
|----------|-----------------------------------|-------------|
| 7.x-2.34 | tar.gz (25.3 MB)   zip (29.83 MB) | 2016-Feb-25 |

**Other releases**

| Version  | Download                         | Date        |
|----------|----------------------------------|-------------|
| 7.x-1.41 | tar.gz (5.87 MB)   zip (7.22 MB) | 2016-Feb-25 |

**Development releases**

| Version     | Download                           | Date        |
|-------------|------------------------------------|-------------|
| 7.x-2.x-dev | tar.gz (25.31 MB)   zip (29.88 MB) | 2016-Feb-25 |

Εικόνα 19 Μεταφόρτωση Drupal Commerce Kickstart 2

57% Αποσυμπίεση C:\xampp\htdocs\cs... 7.x-2.34-core.zip

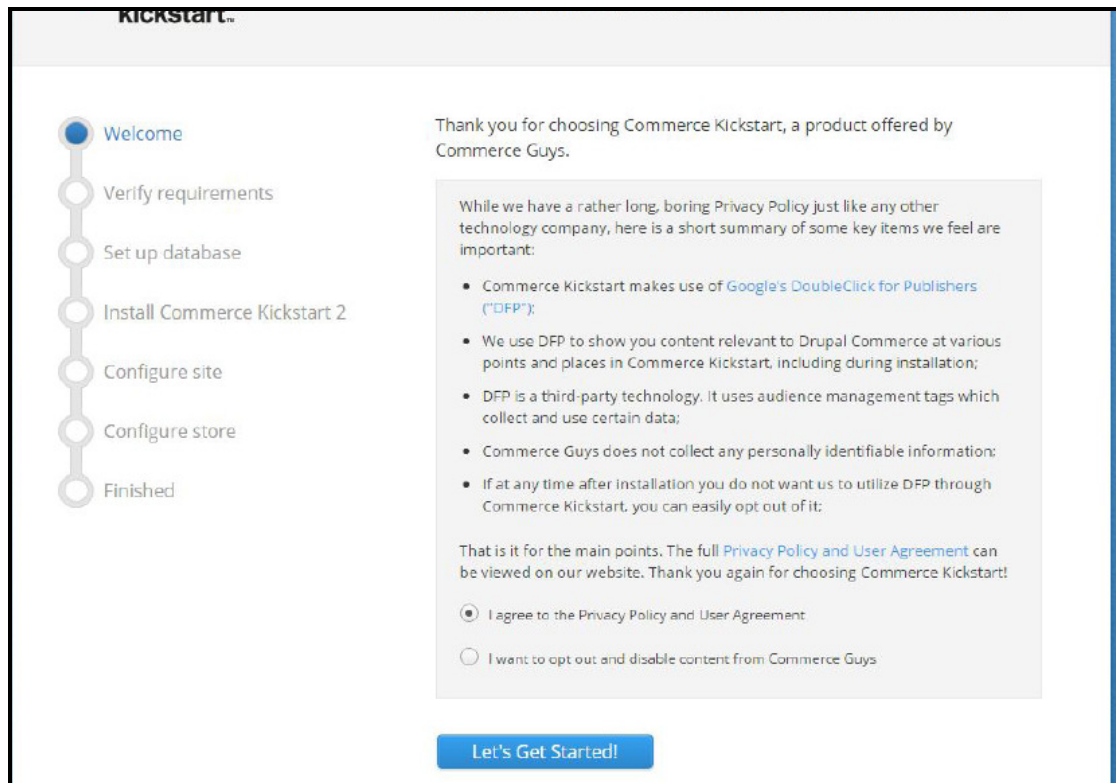
|                    |          |                      |           |
|--------------------|----------|----------------------|-----------|
| Διανύθηκε:         | 00:00:07 | Μέγεθος:             | 60122 K   |
| Απομένει:          | 00:00:05 | Ταχύτητα:            | 4837 KB/s |
| Αρχεία:            | 4015     | Επεξεργάστηκαν:      | 34393 K   |
| Αναλογία συμπίεσης | 54%      | Συμπιεσμένο μέγεθος: | 18687 K   |

Αποσυμπίεση

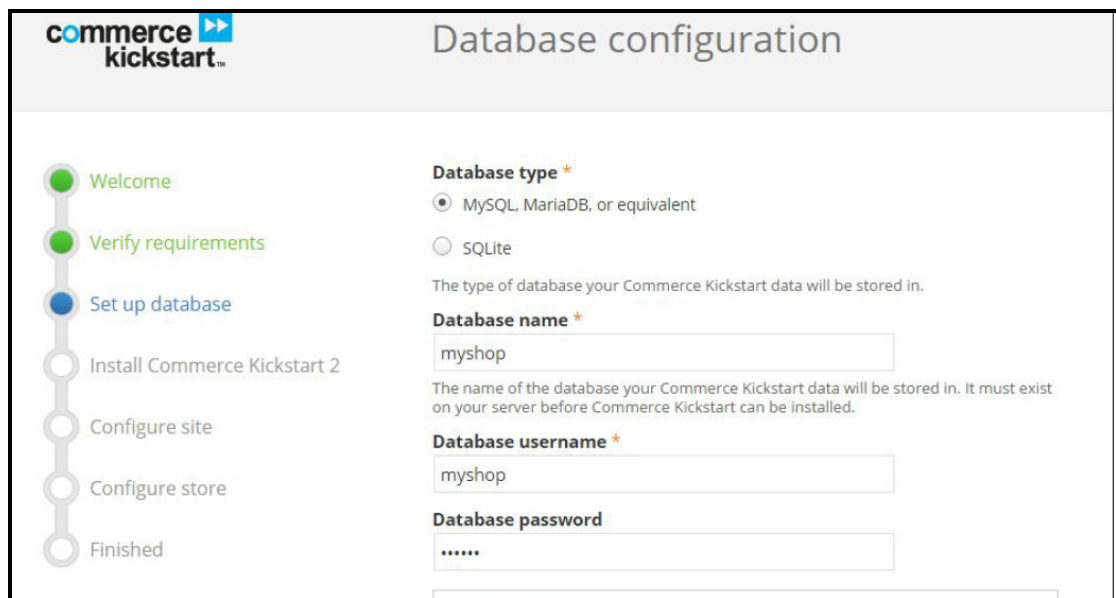
commerce\_kickstart-7.x-2.34\profiles\comm ... kickstart\modules\contrib\features\theme\theme.inc

Στο παρασκήνιο
Παύση
Άκυρο

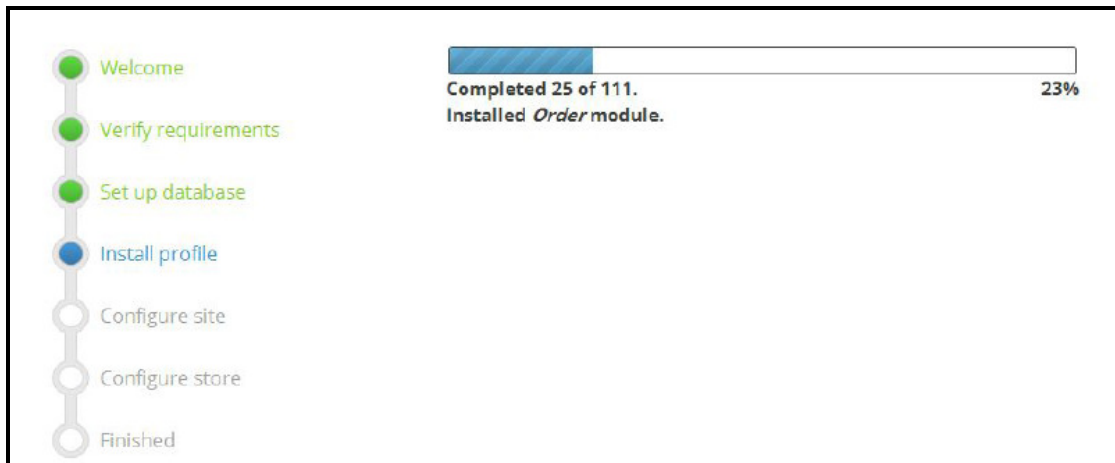
Εικόνα 20 Αποσυμπίεση στον φάκελο εγκατάστασης (υποφάκελος myshop του xampp\htdocs)



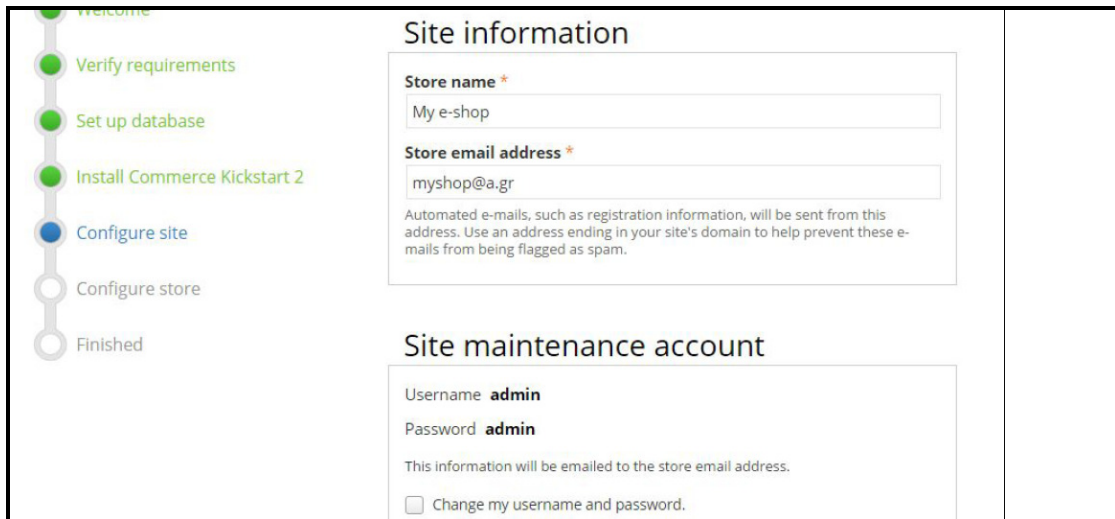
Εικόνα 21 Εκκίνηση της εγκατάστασης Drupal από τον φυλλομετρητή (localhost/myshop)



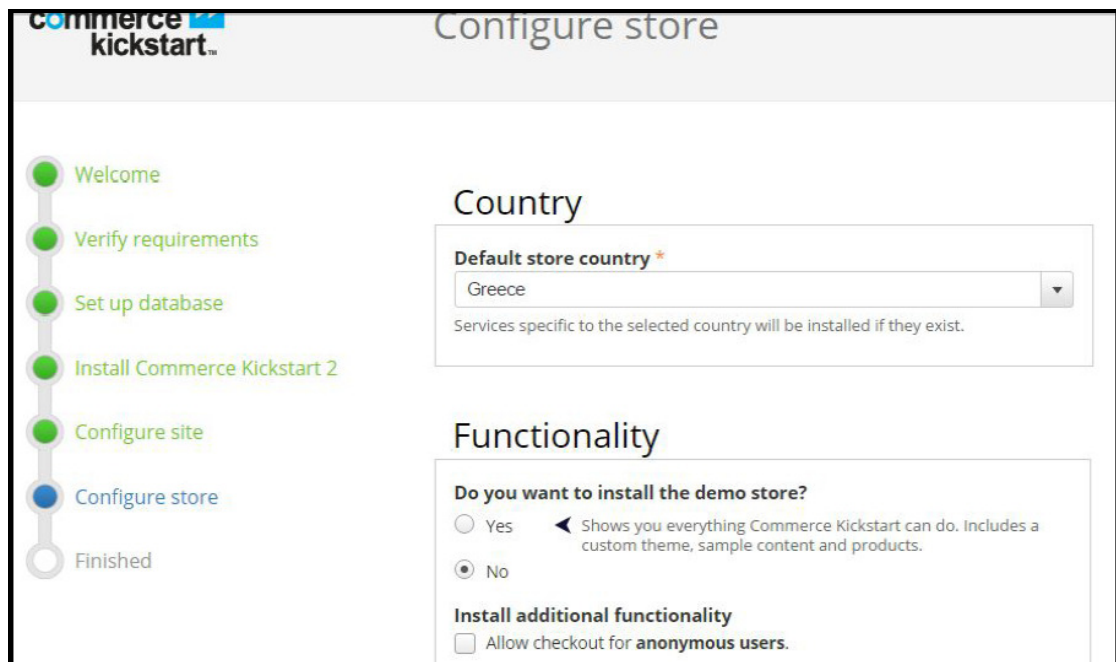
Εικόνα 22 Ρυθμίσεις σύνδεσης στη βάση δεδομένων



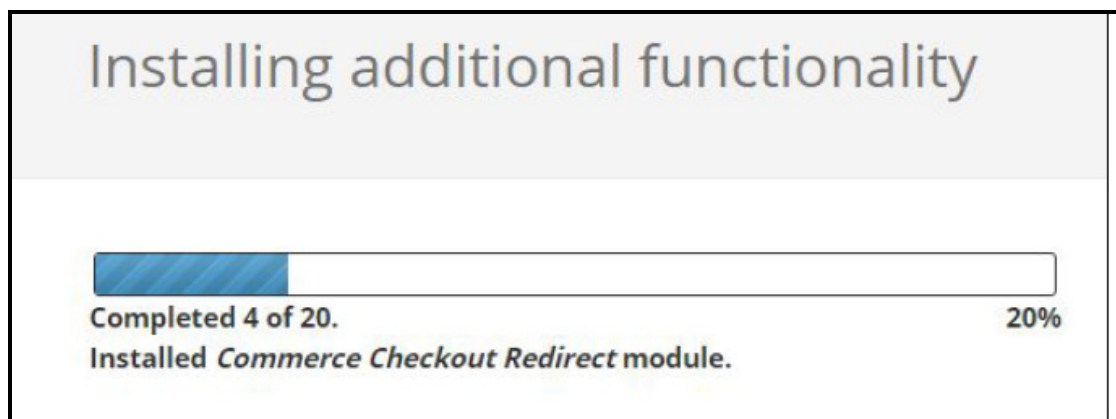
Εικόνα 23 Εγκατάσταση του βασικού μέρους του Drupal Commerce



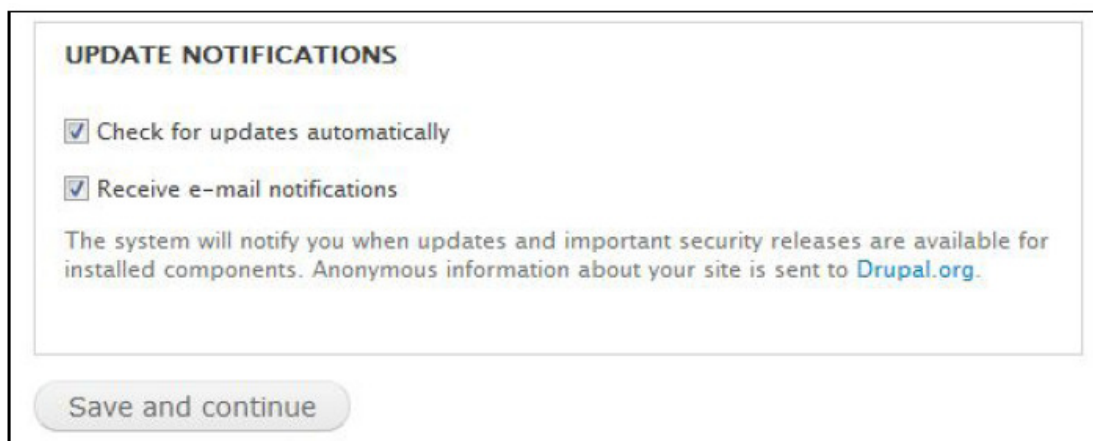
Εικόνα 24, Ρυθμίσεις ιστότοπου



Εικόνα 25 Ρυθμίσεις καταστήματος

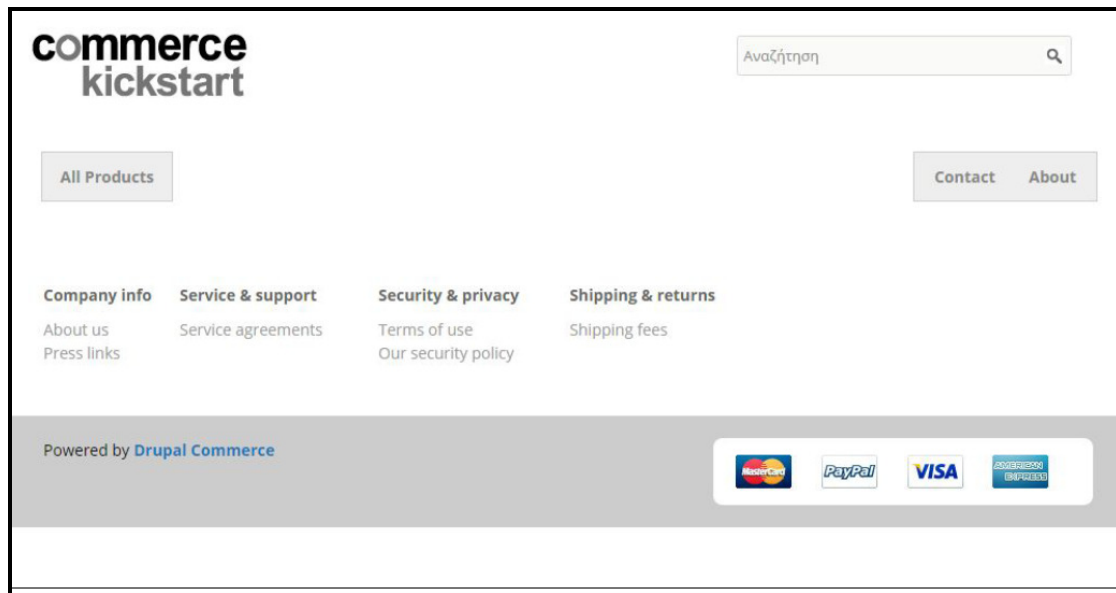


Εικόνα 26 Εγκατάσταση πρόσθετων καταστήματος



Εικόνα 27 Ρύθμιση ενημερώσεων





Εικόνα 28 Αρχική εικόνα καταστήματος

## 5.14 Ρύθμιση της διαδικασίας Checkout



Ενεργοποίηση του **Commerce Checkout module**

Μενού **Site settings | Modules**

Μενού **Store Settings | Checkout settings**

Εδώ μπορούμε να αλλάξουμε τη σειρά των σταδίων του Checkout με drag and drop. Επίσης μπορούμε να ρυθμίσουμε κάθε στάδιο του Checkout ξεχωριστά κάνοντας κλικ στο σύνδεσμο **configure** δίπλα από κάθε στάδιο. Για παράδειγμα ας δούμε τις ρυθμίσεις του Shopping cart contents.

Home Administration Store settings Advanced store settings Checkout settings Shopping cart contents Checkout pane

### Display settings

These settings are common to all checkout panes and affect their appearance on the checkout form.

#### Checkout form fieldset display

- Display this pane in a non-collapsible fieldset.
- Display this pane in a collapsible fieldset.
- Display this pane in a collapsed fieldset.
- Do not display this pane in a fieldset.

Checkout panes are rendered on the checkout form in individual fieldsets. Specify here how the fieldset for this pane will appear.

Include this pane on the Review checkout pane.

### Checkout pane configuration

These settings are specific to this checkout pane.

#### Cart contents View

Defaults

Specify the View to use in the cart contents pane.

Save configuration Reset to defaults Cancel

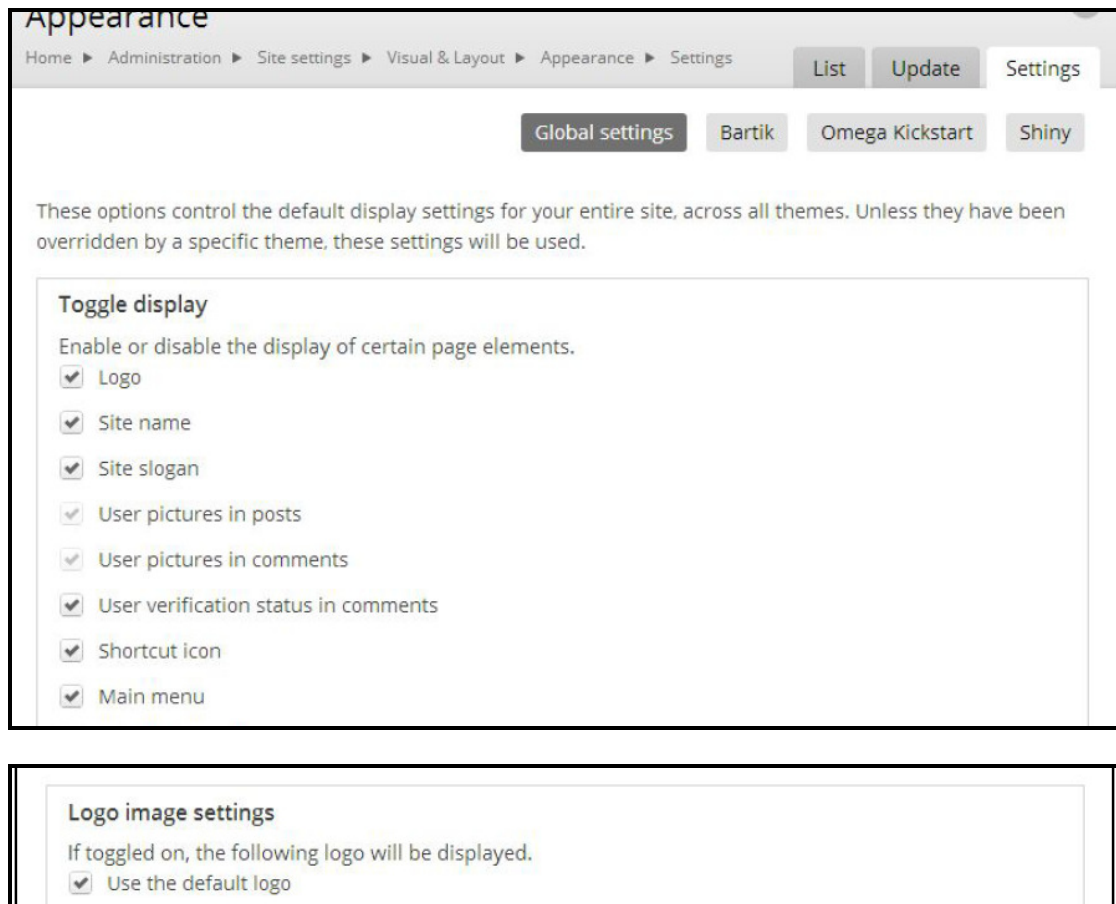
Εικόνα 29 Ρύθμιση του Shopping cart contents.

## 5.15 Ρύθμιση βασικού νομίσματος συναλλαγών

1. Μενού **Store settings | Currency settings**
2. Ελέγχουμε αν το βασικό νόμισμα συναλλαγών (**Default store currency setting**) είναι το Ευρώ και το αλλάζουμε αν είναι απαραίτητο.
3. Αποθηκεύουμε τις ρυθμίσεις κάνοντας κλικ στο **Save configuration**

Το κατάστημα θα ονομάζεται myeshop και θα πρέπει να έχει το ανάλογο logo

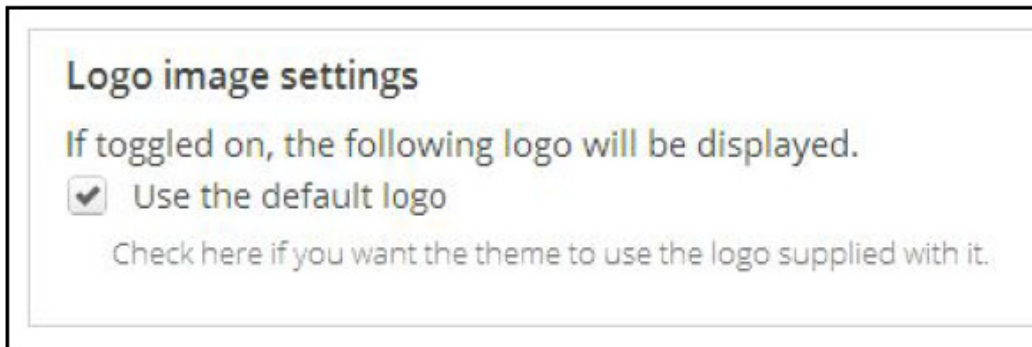
1. Μενού **Appearance | Settings**
2. Καρτέλα **Global settings tab**
3. Ενεργοποίηση εμφάνισης του Logo στο **Toggle display | Logo**.



Εικόνα 30 Αλλαγή του logo του καταστήματος



4. Καρτέλα **Logo image settings**
5. Απενεργοποίηση του **Use the default logo**



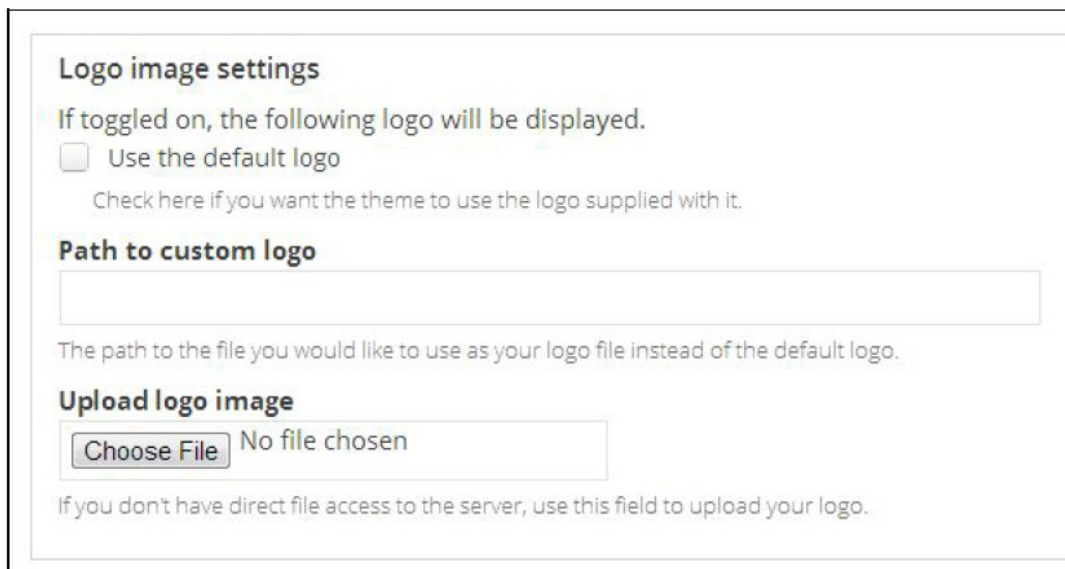
**Logo image settings**

If toggled on, the following logo will be displayed.

Use the default logo

Check here if you want the theme to use the logo supplied with it.

6. Κλικ στο **Upload logo image** για ανέβασμα της εικόνας του Logo



**Logo image settings**

If toggled on, the following logo will be displayed.

Use the default logo

Check here if you want the theme to use the logo supplied with it.

**Path to custom logo**

The path to the file you would like to use as your logo file instead of the default logo.

**Upload logo image**

No file chosen

If you don't have direct file access to the server, use this field to upload your logo.

7. Αποθήκευση ρυθμίσεων με κλικ στο **Save configuration**

## 5.16 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων

Πηγαίνουμε στο

1. Μενού **Modules | Commerce Kickstart**
2. Ενεργοποίηση του **Commerce Kickstart Social : Enable** (αν δεν είναι ήδη ενεργοποιημένο)



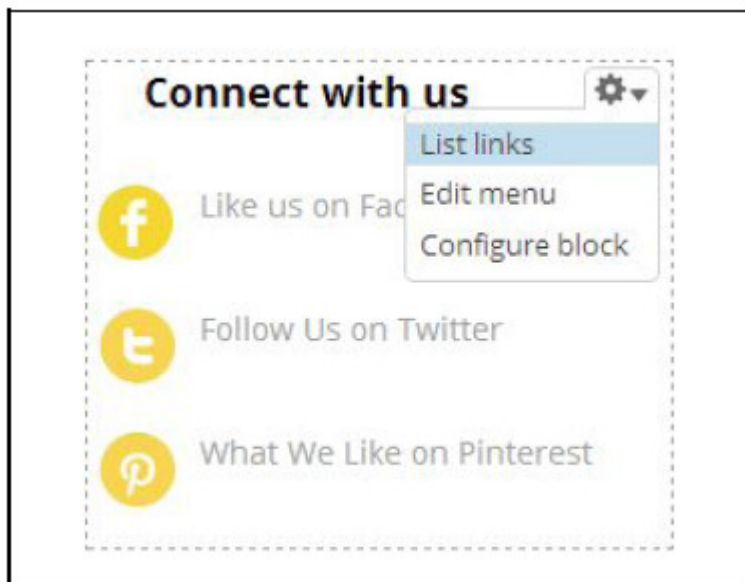
### 3. Αποθήκευση ρυθμίσεων με κλικ στο **Save configuration**



Εικόνα 31 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων

### 4. Μετακίνηση του δείκτη του ποντικιού πάνω από τα εικονίδια social media

### 5. Κλικ στην επιλογή **List links option**



### 6. Ρύθμιση με κλικ στην επιλογή **edit**.

| Menu link                   | Enabled                             | Operations           |                        |
|-----------------------------|-------------------------------------|----------------------|------------------------|
| + Like us on Facebook       | <input checked="" type="checkbox"/> | <a href="#">edit</a> | <a href="#">delete</a> |
| + Follow Us on Twitter      | <input checked="" type="checkbox"/> | <a href="#">edit</a> | <a href="#">delete</a> |
| + What We Like on Pinterest | <input checked="" type="checkbox"/> | <a href="#">edit</a> | <a href="#">delete</a> |

7. Αποθήκευση

## 5.17 Δημιουργία Προϊόντων

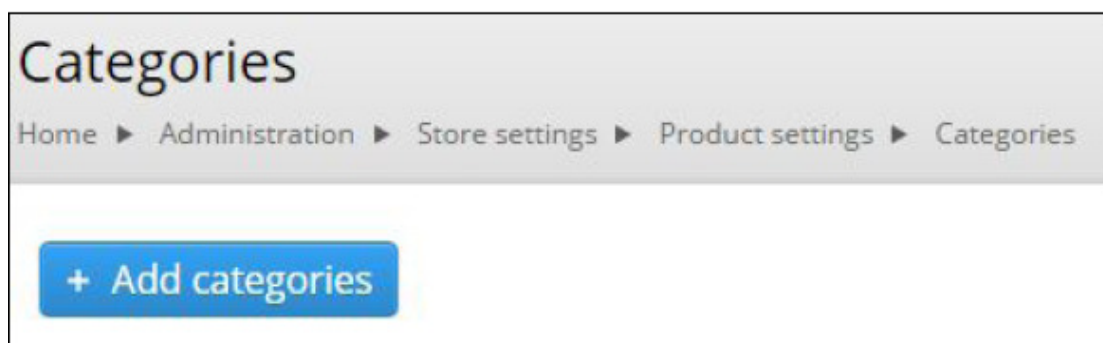
Τώρα ήρθε η ώρα της εισαγωγής προϊόντων στο κατάστημά μας. Το κατάστημά μας θα ασχολείται με την πώληση κινητών τηλεφώνων. Αρχικά θα πρέπει να καταγράψουμε τις ιδιότητες που θα έχει κάθε τηλέφωνο αλλά και τις διάφορες τιμές των ιδιοτήτων.

- **Κατασκευαστής** ( APPLE, LG, SAMSUNG, SONY κτλ ) και Μοντέλο
- Λειτουργικό σύστημα: Android, iOS
- Άλλα χαρακτηριστικά όπως **Οθόνη** (για παράδειγμα IPS 5.1 ιντσών), Πυρήνες (2, 4, 8 κτλ),

Κάμερα (5, 8, 13, 16 Megapixels κτλ), Χρώμα (Μαύρο, Γκρι, Άσπρο κτλ), Μνήμη RAM, Μνήμη ROM κτλ

Έπειτα δημιουργούμε κατηγορίες για τα παραπάνω:

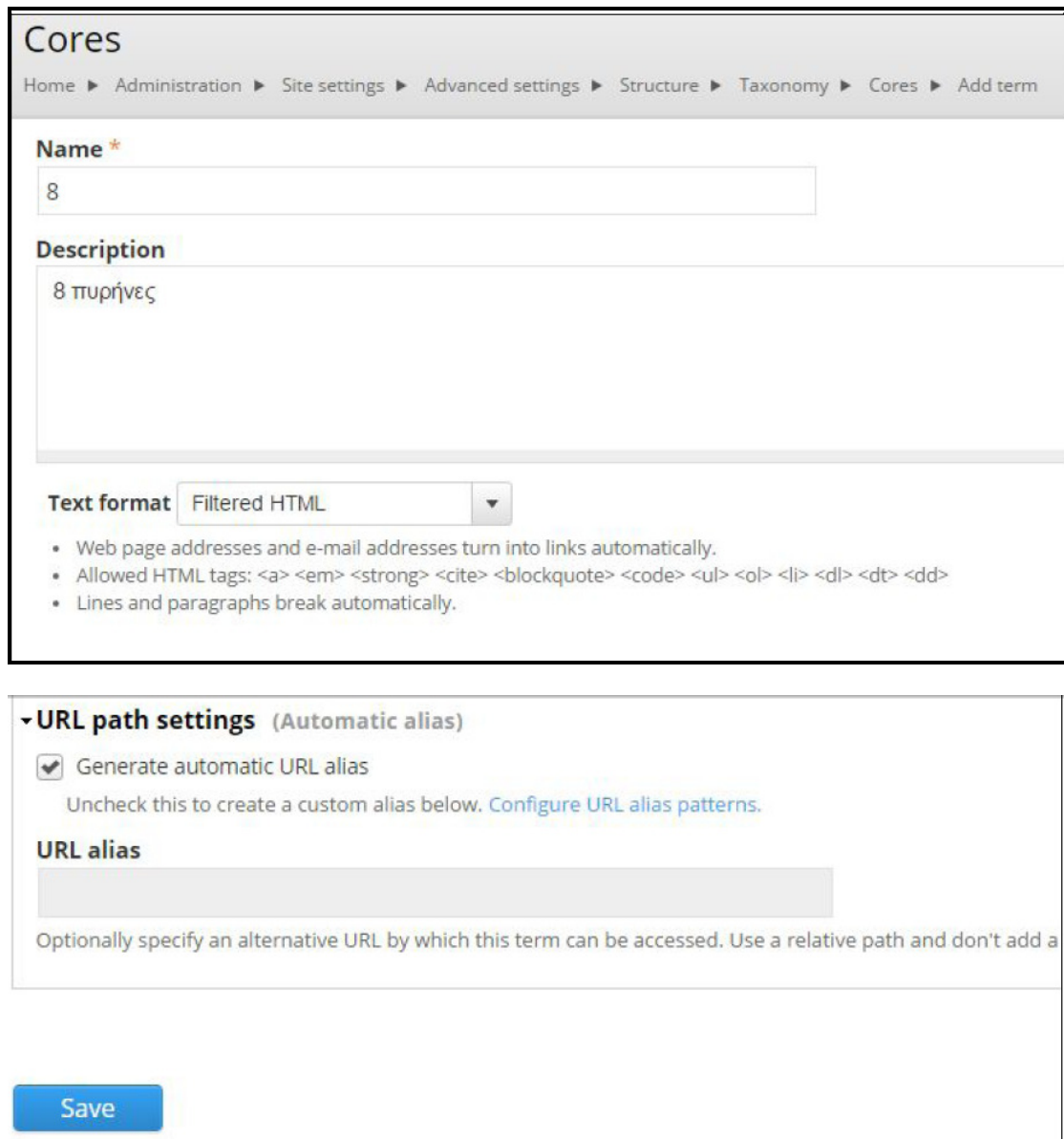
1. Μενού **Store Settings | Categories**



Εικόνα 32 Κατηγορίες

2. Κλικ στο κουμπί **Add Categories**

3. Εισαγωγή στοιχείων κατηγορίας: **Name** (Όνομα κατηγορίας) και **Description** (Περιγραφή κατηγορίας)
4. Κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save** για αποθήκευση της κατηγορίας
5. Κάνουμε κλικ στο **add terms** της κατηγορίας που δημιουργήσαμε
6. Προσθέτουμε **Name** (Όνομα) και **Description** (Περιγραφή)



**Cores**

Home ► Administration ► Site settings ► Advanced settings ► Structure ► Taxonomy ► Cores ► Add term

**Name \***

**Description**

**Text format** Filtered HTML ▼

- Web page addresses and e-mail addresses turn into links automatically.
- Allowed HTML tags: <a> <em> <strong> <cite> <blockquote> <code> <ul> <ol> <i> <dl> <dt> <dd>
- Lines and paragraphs break automatically.

**▼ URL path settings (Automatic alias)**

Generate automatic URL alias

Uncheck this to create a custom alias below. [Configure URL alias patterns.](#)

**URL alias**

Optionally specify an alternative URL by which this term can be accessed. Use a relative path and don't add a

**Save**

Εικόνα 33 Δημιουργία κατηγοριών

7. Κάνουμε κλικ στο **Save** για αποθήκευση και συνεχίζουμε να προσθέτουμε και άλλα **terms** στη κατηγορία μας.
8. Κάνουμε κλικ **στο List** για να δούμε όλους τους όρους της λίστας της κατηγορίας μας.

## Cores

Home ► Administration ► Site settings ► Advanced settings ► Structure ► Taxonomy ► Cores

List

You can reorganize the terms in *Cores* using their drag-and-drop handles, and group terms the right of the parent.

[+ Add term](#)

| Name | Operations           |
|------|----------------------|
| ⊕ 2  | <a href="#">edit</a> |
| ⊕ 4  | <a href="#">edit</a> |
| ⊕ 6  | <a href="#">edit</a> |
| ⊕ 8  | <a href="#">edit</a> |

[Save](#) [Reset to alphabetical](#)

Εικόνα 34 Η επιλογή List για να δούμε όλους τους όρους της λίστας της κατηγορίας μας.



**Cores**

Home ► Administration ► Site settings ► Advanced settings ► Structure ► Taxonomy ► Cores

List

You can reorganize the terms in *Cores* using their drag-and-drop handles, and group terms the right of the parent.

[+ Add term](#)

| Name | Operations           |
|------|----------------------|
| ⊕ 2  | <a href="#">edit</a> |

9. Κάνουμε κλικ στο **Save** για αποθήκευση της κατηγορίας.

10. Επαναλαμβάνουμε την παραπάνω διαδικασία για να δημιουργήσουμε τις υπόλοιπες κατηγορίες.

**Categories**

Home ► Administration ► Store settings ► Product settings ► Categories

[+ Add categories](#)

Show row weights

| Vocabulary name    | Operations   |
|--------------------|--|
| ⊕ Brands           | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |
| ⊕ Cores            | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |
| ⊕ Phone colors     | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |
| ⊕ Product category | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |
| ⊕ RAM capacity     | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |
| ⊕ ROM Capacity     | <a href="#">edit vocabulary</a> <a href="#">list terms</a> <a href="#">add terms</a> |

## 5.18 Εισαγωγή προϊόντος- Δοκιμή εισαγωγής προϊόντος

Για το πρώτο είδος προϊόντων (smartphones) μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το ήδη υπάρχον Product. Αρχικά πρέπει να προσθέσουμε πεδία ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένα προϊόν.

1. Μενού **Content\Content Types**

| Name  | Product display | Operations |               |                |        |
|---|-----------------|------------|---------------|----------------|--------|
| <b>Basic page</b> (Machine name: page)<br>Use <i>basic pages</i> for your static content, such as an 'About us' page. | No              | edit       | manage fields | manage display | delete |
| <b>Product display</b> (Machine name: product_display)<br>Use product displays for adding product pages to your store | Yes             | edit       | manage fields | manage display | delete |

Εικόνα 35 Πρόσθεση πεδίων

2. Κάνουμε κλικ στο **manage fields** στη γραμμή του Product display
3. Εισάγουμε ένα καινούργιο πεδίο για ένα από τα χαρακτηριστικά κάθε κινητού (πχ το λειτουργικό σύστημα).

Στη γραμμή **Add new field** πληκτρολογούμε το όνομα του πεδίου, το μοναδικό όνομα του πεδίου (λατινικοί χαρακτήρες), το είδος του πεδίου (για το συγκεκριμένο πεδίο θα είναι μία αναφορά σε στοιχεία μίας κατηγορίας που δημιουργήσαμε παραπάνω) .

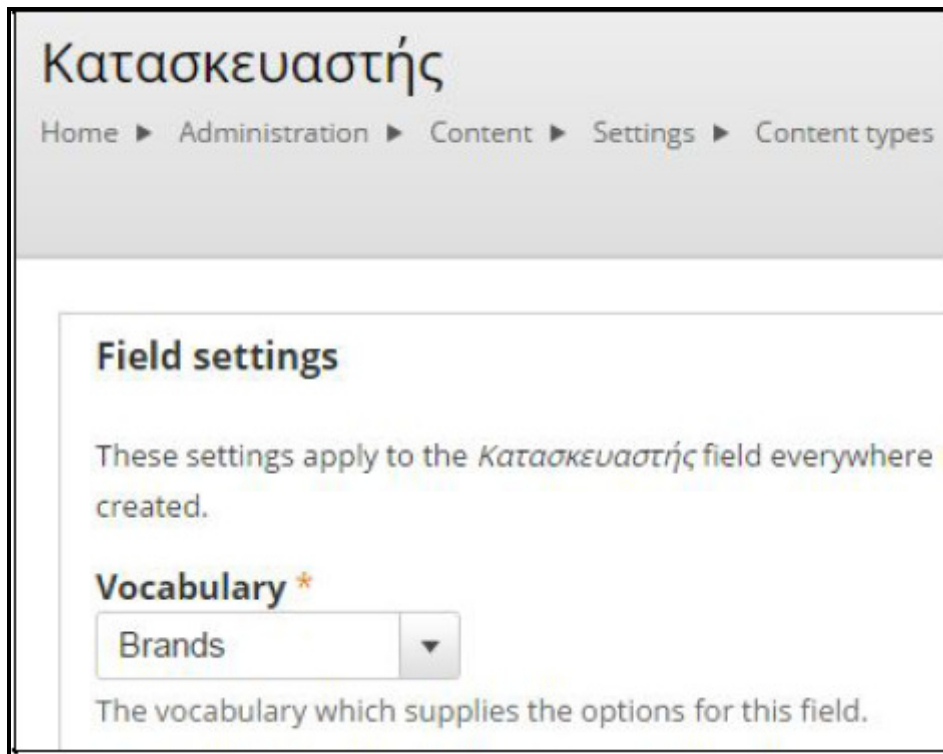
⊕ **Add new field**

Label

A unique machine-readable name containing letters, numbers, and underscores.

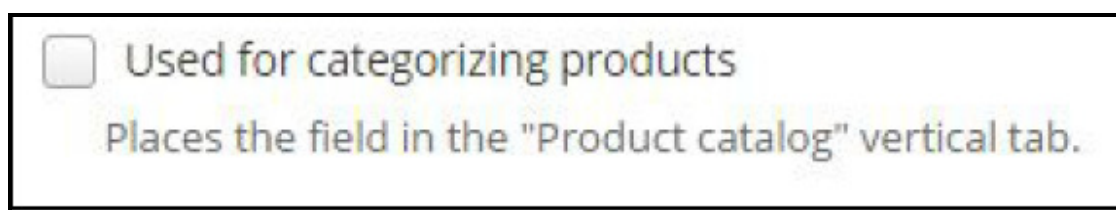
▼  
Type of data to store.

4. Κλικ στο κουμπί **Save**
5. Στην επόμενη εικόνα επιλέγουμε την κατηγορία από την οποία αντλεί στοιχεία η λίστα μας



Εικόνα 26 Κατηγορία άντλησης στοιχείων της λίστας

6. Κλικ στο κουμπί **Save field settings**
7. Στην επόμενη οθόνη κάνουμε επιλογές για το πεδίο όπως αν θα έχει κάποια προκαθορισμένη τιμή ή αν θα χρησιμοποιείται για κατηγοριοποίηση του προϊόντος. Επιλέγουμε να μην χρησιμοποιείται για κατηγοριοποίηση του προϊόντος.



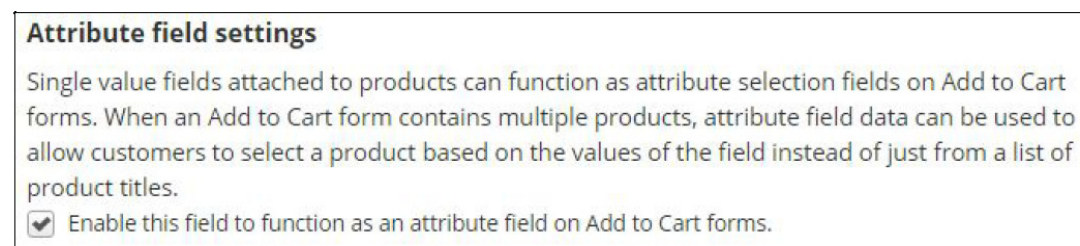
8. Κλικ στο κουμπί **Save settings**
9. Επαναλαμβάνουμε την παραπάνω διαδικασία για όλα τα άλλα χαρακτηριστικά που θέλουμε να προσθέσουμε εκτός από το χρώμα που θα χρησιμοποιηθεί για διαφοροποίηση του ίδιου προϊόντος. Δηλαδή ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει στο ίδιο κινητό το χρώμα του κινητού.
10. Κλικ στο κουμπί **Save**. Το προϊόν είναι έτοιμο.

Τώρα πάμε να δημιουργήσουμε τη δυνατότητα διαφοροποίησης ενός κινητού με βάση το χρώμα:

1. Μενού **Products\Variation Types**
2. Κάνουμε κλικ στο **manage fields** στη γραμμή του Product
3. Προσθέτουμε το πεδίο διαφοροποίησης (χρώμα)

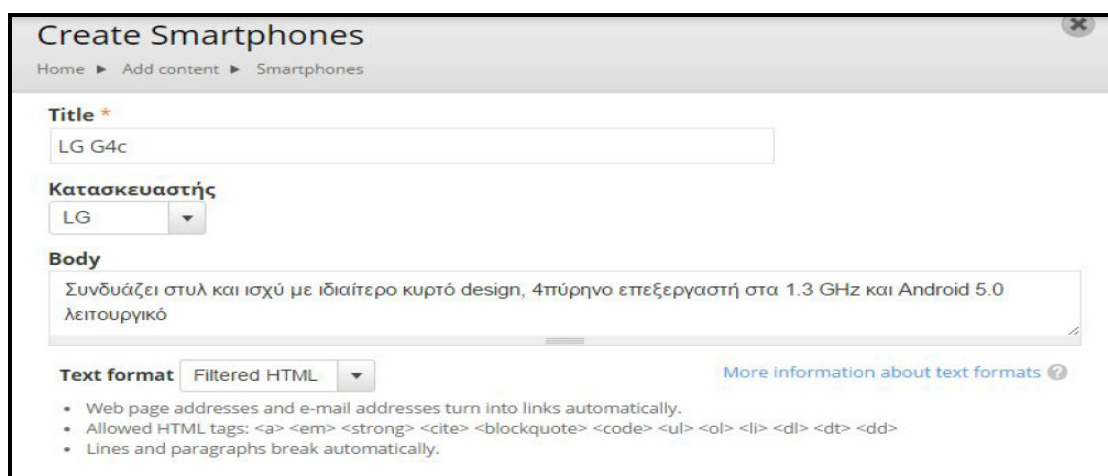


4. Προσθέτουμε το πεδίο διαφοροποίησης (χρώμα) και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save**
5. Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε ως κατηγορία (vocabulary) το Phone colors και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save field settings**
6. Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε να χρησιμοποιείται το πεδίο του χρώματος ως πεδίο ιδιότητας (attribute field) και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save settings**



7. Κλικ στο κουμπί **Save**. Η διαφοροποίηση του προϊόντων είναι έτοιμη.

1. Μενού **Product | Add a product**
2. Κλικ στο **Smartphones**
3. Εισάγουμε τα στοιχεία του τηλεφώνου



Εικόνα 37 Δοκιμή εισαγωγή προϊόντος

**Cores \***  
 4 ▼  
 Πυρήνες συσκευής

**RAM**  
 1GB ▼

**ROM**  
 8GB ▼

Εικόνα 38 Δοκιμή εισαγωγής προϊόντος

4. Εισάγουμε τα στοιχεία της διαφοροποίησης βάση χρώματος και κάνουμε κλικ στο **Create Product**.

**Add new product**

**Attributes**

**Color \*** Black ▼

**Details**

**SKU \*** LGG4cBlack  
 Supply a unique identifier using letters, numbers, hyphens, and underscores. Commas may not be used.

**Price \*** 199 EUR

**Include tax in this price** Including FPA ▼  
 Saving prices tax inclusive will bypass later calculations for the specified tax.

**Status \***  Active  Disabled

**Attributes**

**Color \*** Black ▼

**Details**



**SKU \*** LGG4cBlack  
 Supply a unique identifier using letters, numbers, hyphens, and underscores. Commas may not be used.

**Price \*** 199 EUR

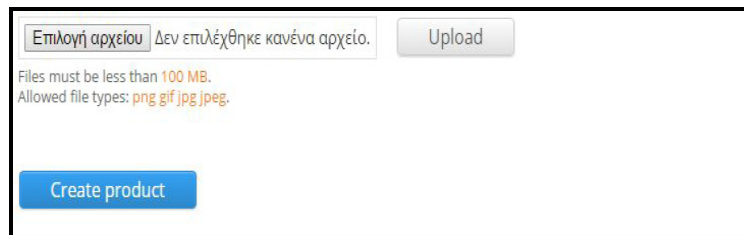
**Include tax in this price** Including FPA ▼  
 Saving prices tax inclusive will bypass later calculations for the specified tax.

**Status \***  Active  Disabled

**Images** [Show row weights](#)

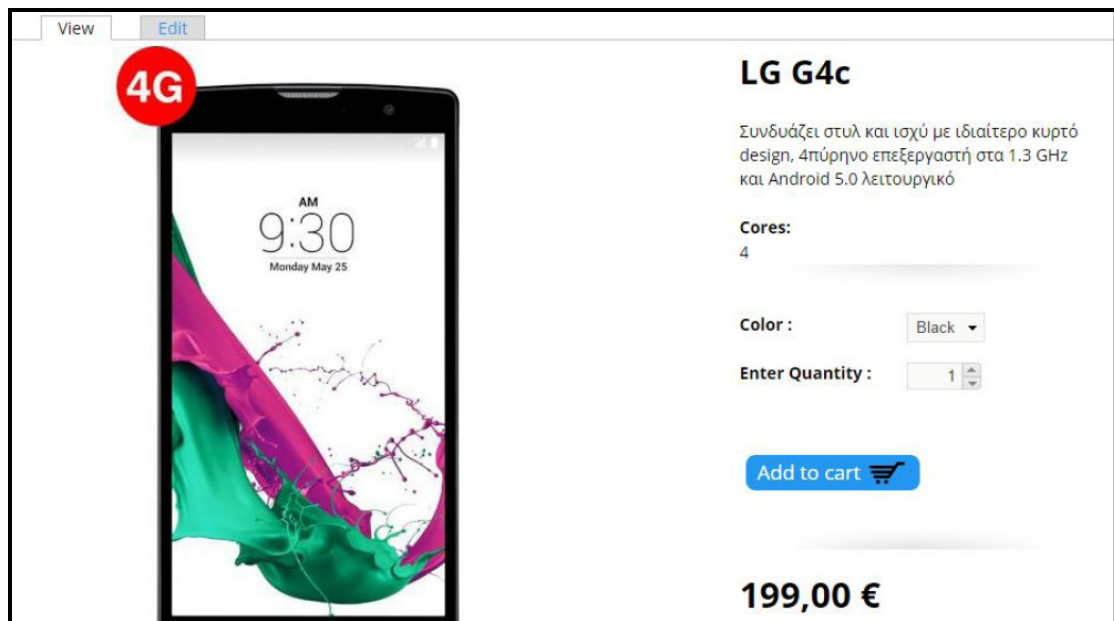
| File information  | Operations |
|---|------------|
| +  black1.JPG (65.81 KB) | Remove     |
| +  black2.JPG (81.21 KB) | Remove     |

Add a new file



Εικόνα 39 Το νέο προϊόν που εισάγαμε

5. Για κάθε επόμενη διαφοροποίηση βάση χρώματος, κάνουμε κλικ στο **Add new product**, εισάγουμε τα στοιχεία της διαφοροποίησης και κάνουμε κλικ στο **Create Product**.
6. Στο τέλος κάνουμε κλικ στο **Save**. Το προϊόν είναι έτοιμο και ο χρήστης μπορεί να επιλέξει ένα από τα χρώματα που τον ενδιαφέρουν (οι εικόνες αλλάζουν αυτόματα ανάλογα με την επιλογή του χρήστη).



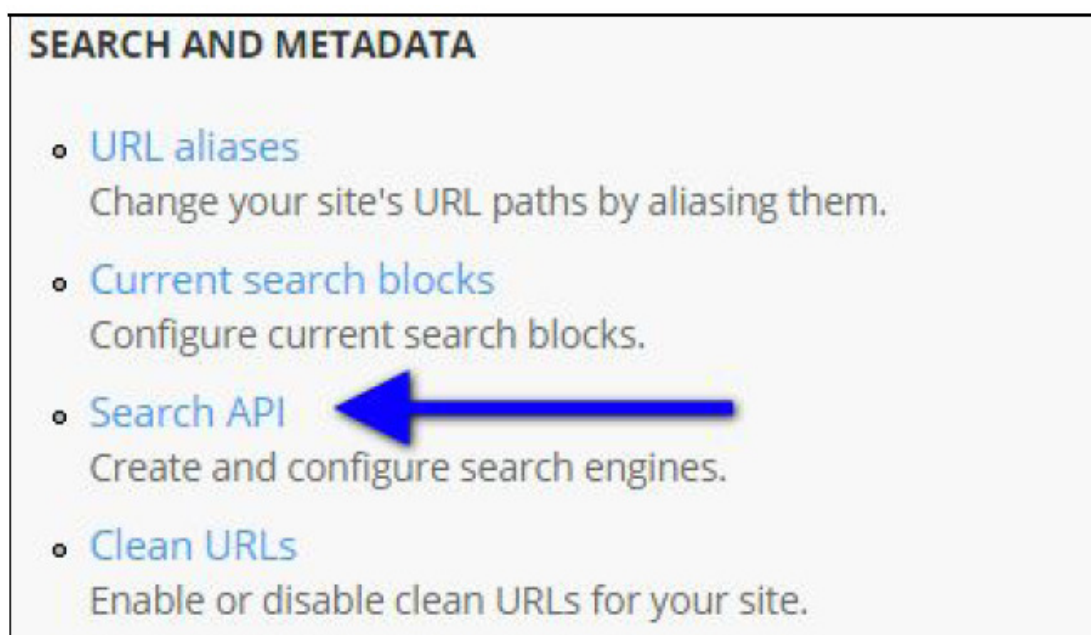
Εικόνα 40 Προϊόν του myshop

## 5.19 Προσθήκη φίλτρων

Στο Drupal commerce εκτός από τα βασικά φίλτρα αναζήτησης προϊόντων όπως η τιμή και η κατηγορία μπορούμε να ορίσουμε και επιπλέον. Ας ορίσουμε ως κριτήρια αναζήτησης τον Κατασκευαστή, τους Πυρήνες, τη μνήμη RAM και τη μνήμη ROM.

### Δημιουργία φίλτρων

1. Μενού Site setting | Configuration
2. Κλικ στην επιλογή Search API



Εικόνα 41 Προσθήκη φίλτρων

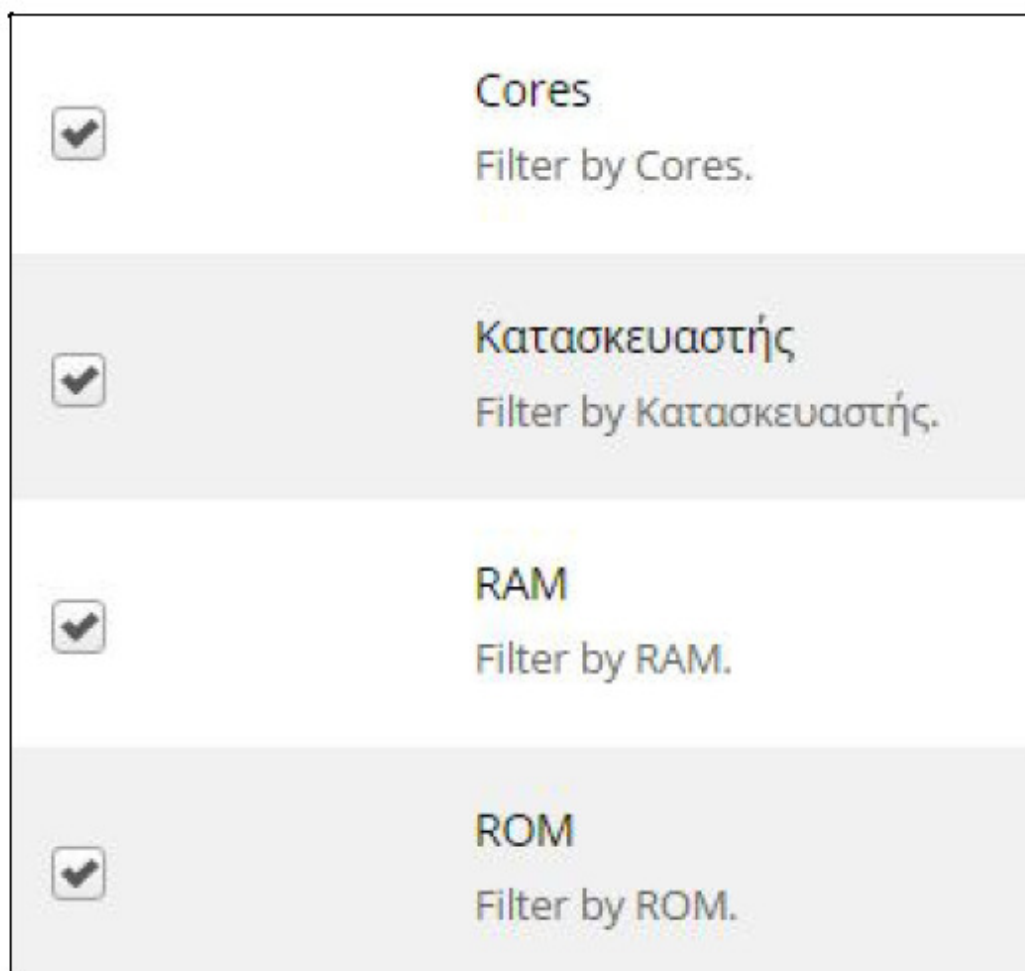
3. Κλικ στο **Edit** του **Product Display**

| Name            | Operations               |
|-----------------|--------------------------|
| Frontend        | <a href="#">Edit</a> ▼   |
| Product display | <a href="#">Edit</a> ▼ ← |

4. Στην καρτέλα **Fields** ενεργοποιούμε τα πεδία που θέλουμε και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save changes**

|               |               |                                     |
|---------------|---------------|-------------------------------------|
| Cores         | field_cores   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Κατασκευαστής | field_company | <input checked="" type="checkbox"/> |
| RAM           | field_ram     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ROM           | field_rom     | <input checked="" type="checkbox"/> |

5. Στην καρτέλα **Facets** φροντίζουμε να είναι ενεργοποιημένα τα πεδία που θέλουμε και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save configuration** :

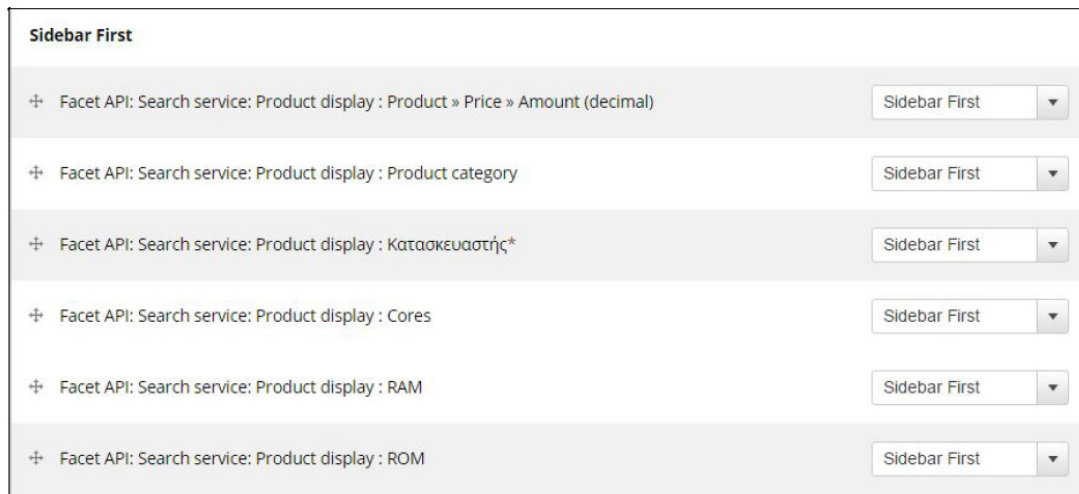


Εικόνα 42 Τοποθέτηση των φίλτρων αναζήτησης στη σελίδα

Κάθε τύπος αναζήτησης (κατηγορία προϊόντος, τιμή, πυρήνες κτλ) εμφανίζονται μέσω ενός block στην κατάλληλη θέση του προτύπου.

1. Μενού **Site settings | Blocks**
2. Ενεργοποιούμε τα κατάλληλα blocks στην θέση **Sidebar First** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save blocks** .





Εικόνα 43 Τοποθέτηση των φίλτρων αναζήτησης στη σελίδα

## 5.20 Ενημέρωση ευρετηρίου- Έλεγχος αποτελέσματος- Αλλαγή θέματος εμφάνισης

Τώρα πρέπει να ενημερώσουμε το ευρετήριο του Drupal

1. Μενού **Site setting | Configuration**
2. Κλικ στην επιλογή **Search API**
3. Κλικ στο **Edit** του **Product Display**
4. Στην καρτέλα **View** κλικ στο κουμπί **Queue all items for reindexing**



5. Κλικ στο κουμπί επιβεβαίωσης **Confirm**
6. Κλικ στο κουμπί ευρετηριοποίησης **Index Now**



Όλα είναι έτοιμα. Μπορούμε να δούμε το αποτέλεσμα σε μία σελίδα προϊόντων

### Κατασκευαστής

- LG (1)
- Samsung (1)

---

### Cores

- 8 (2)
- 2 (1)
- 4 (1)

A black LG G4c smartphone is shown vertically. The screen displays a lock screen with the time 9:30 AM and the date Monday, May 25. The background of the screen is a colorful splash of water in shades of green, blue, and pink. A red circular badge with the text '4G' is positioned in the top left corner of the phone's frame. The LG logo is visible at the bottom of the phone's bezel.

**LG G4c**

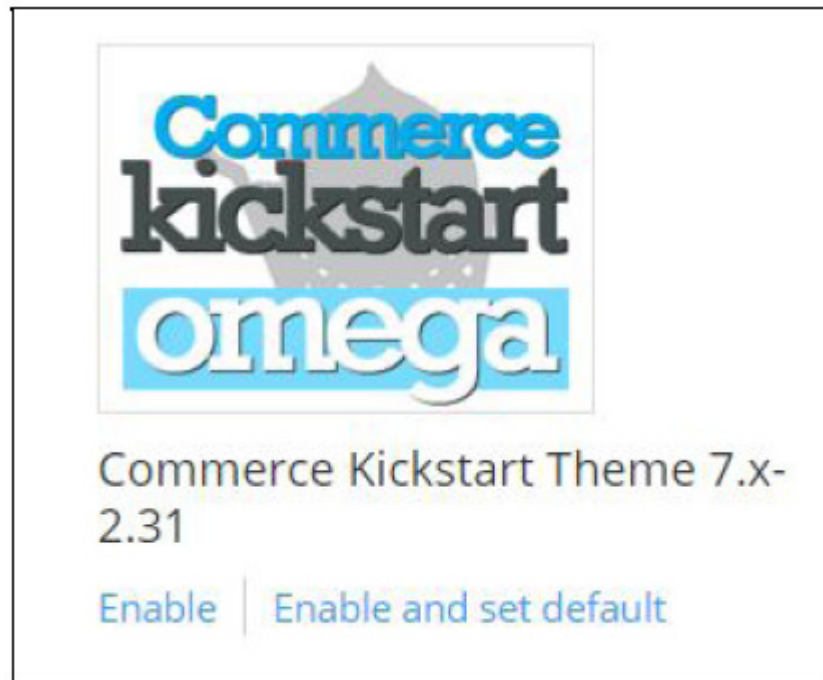
From 199,00 €

### Ram

- 2GB (2)
- 1GB (1)
- 4GB (1)

Εικόνα 44 Ενημέρωση ευρετηρίου

1. Μενού **Site settings | Appearance**
2. Κλικ στην επιλογή **Enable and set default** του θέματος που θέλουμε.



Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος



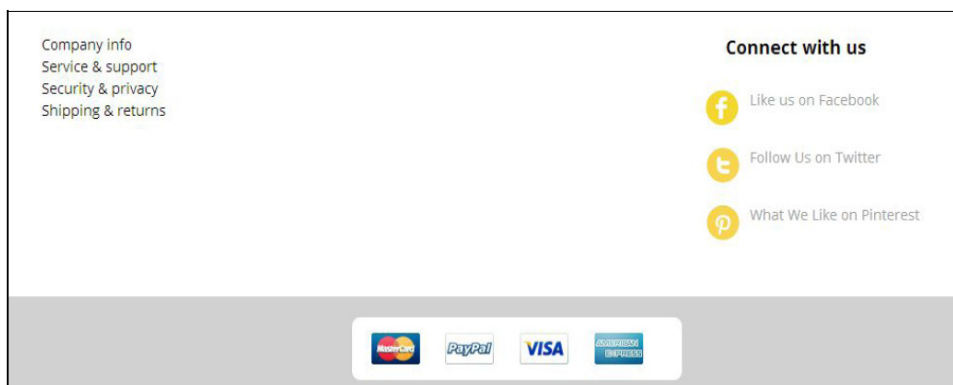
Εικόνα 45 Αλλαγή θέματος εμφάνισης

## 5.21 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων

1. Μενού **Modules | Commerce Kickstart**
2. Ενεργοποίηση του **Commerce Kickstart Social : Enable** (αν δεν είναι ήδη ενεργοποιημένο)

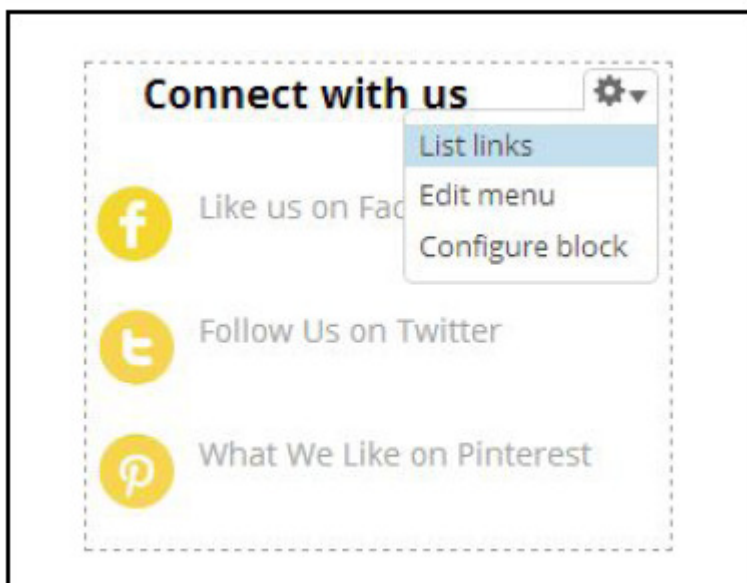


3. Αποθήκευση ρυθμίσεων με κλικ στο **Save configuration**

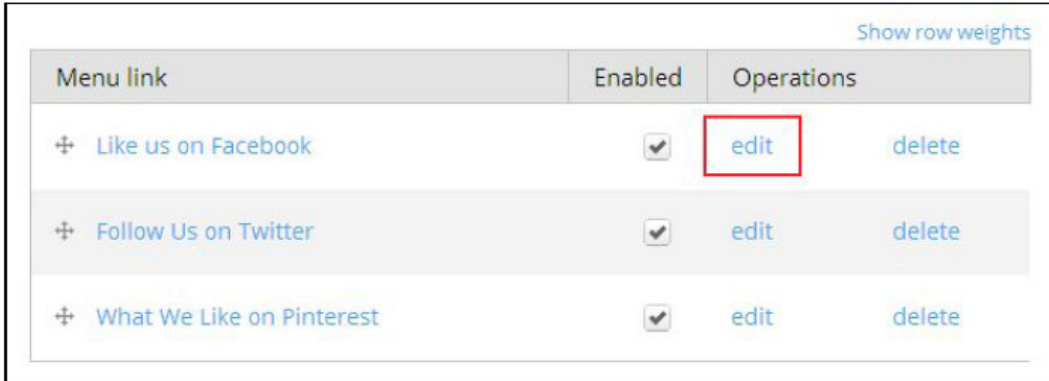


Εικόνα 46 Προσθήκη εικονιδίων social media στις σελίδες των προϊόντων

4. Μετακίνηση του δείκτη του ποντικιού πάνω από τα εικονίδια social media
5. Κλικ στην επιλογή **List links option**



6. Ρύθμιση με κλικ στην επιλογή **edit** .



The screenshot shows a table with three columns: 'Menu link', 'Enabled', and 'Operations'. There is a link 'Show row weights' in the top right corner. The table contains three rows of menu items. The 'edit' button in the first row is highlighted with a red box.

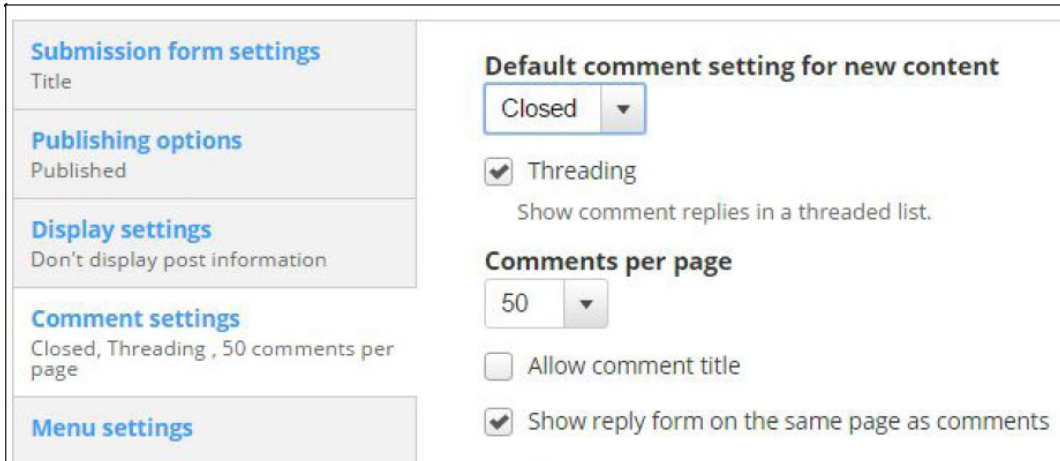
| Menu link                   | Enabled                             | Operations  |
|-----------------------------|-------------------------------------|-------------|
| + Like us on Facebook       | <input checked="" type="checkbox"/> | edit delete |
| + Follow Us on Twitter      | <input checked="" type="checkbox"/> | edit delete |
| + What We Like on Pinterest | <input checked="" type="checkbox"/> | edit delete |

7. Αποθήκευση

## 5.22 Αφαίρεση δυνατότητας σχολιασμού προϊόντων

Για το συγκεκριμένο κατάστημα δεν επιθυμούμε το σχολιασμό των προϊόντων μας.

1. Μενού **Content | Content types**
2. Κλικ στο **Edit** του τύπου προϊόντος
3. Στην καρτέλα **Comment Settings** και στην επιλογή **Default comment setting for new content** επιλέγουμε **Closed** .



The screenshot shows the 'Comment settings' section of a configuration interface. The 'Default comment setting for new content' is set to 'Closed'. Other settings include 'Threading' checked, 'Comments per page' set to 50, 'Allow comment title' unchecked, and 'Show reply form on the same page as comments' checked.

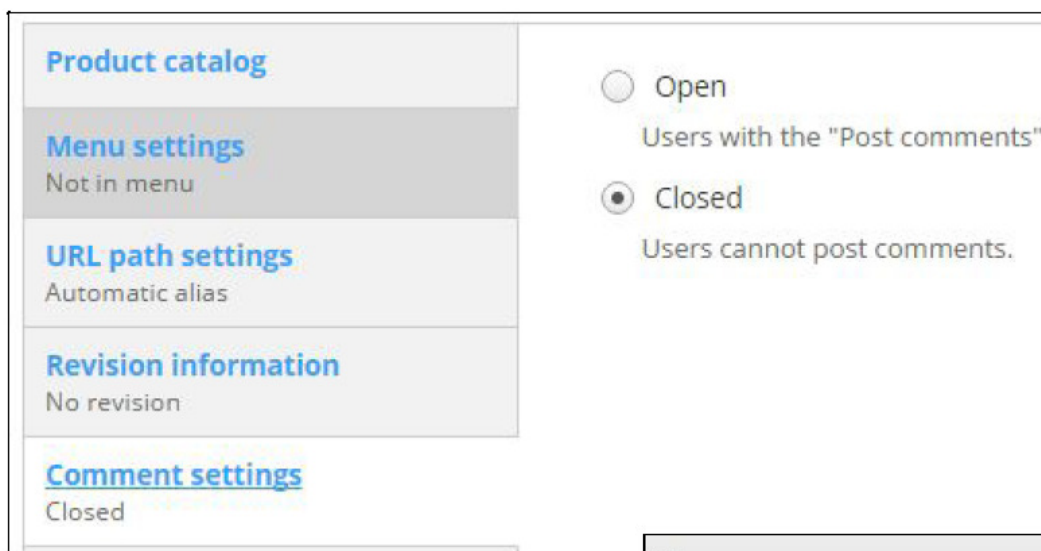
|   |   |
|---|---|
| <b>Submission form settings</b><br>Title                            | <b>Default comment setting for new content</b><br>Closed                                  |
| <b>Publishing options</b><br>Published                              | <input checked="" type="checkbox"/> Threading<br>Show comment replies in a threaded list. |
| <b>Display settings</b><br>Don't display post information           | <b>Comments per page</b><br>50  |
| <b>Comment settings</b><br>Closed, Threading , 50 comments per page | <input type="checkbox"/> Allow comment title  |
| <b>Menu settings</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> Show reply form on the same page as comments          |

Εικόνα 47 Αφαίρεση δυνατότητας σχολιασμού προϊόντων

## 5.23 Αλλαγή ρυθμίσεων υπάρχοντων προϊόντων

Αυτό αφορά μόνο νέα προϊόντα. Για τα υπάρχοντα πρέπει να αλλάξουμε τη ρύθμιση σε κάθε προϊόν χωριστά.

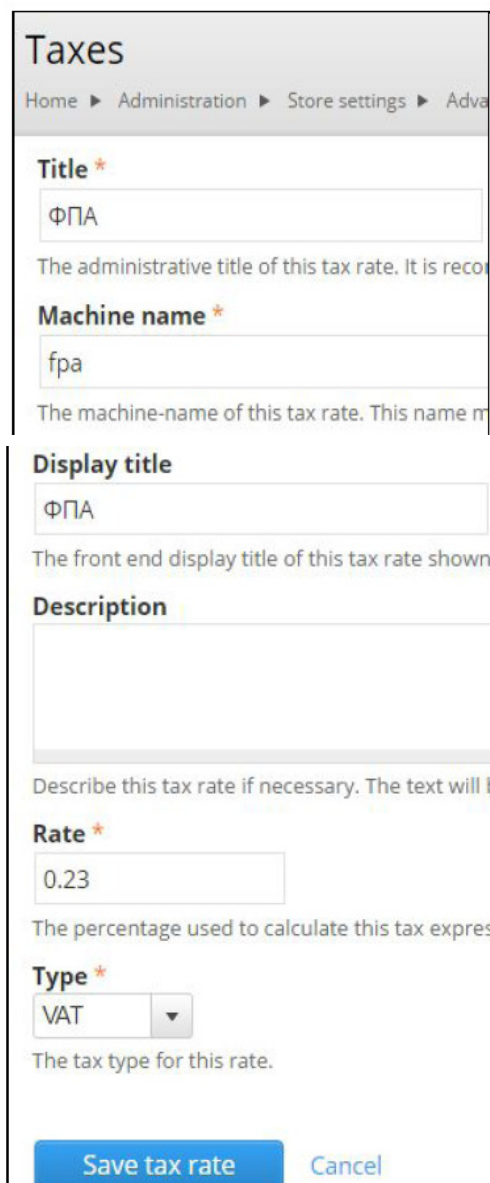
1. Μενού **Products | Manage products**
2. Κλικ στο **Edit** του προϊόντος
3. Αλλαγή της ρύθμισης **Comment settings** σε **Closed**



The screenshot shows a sidebar menu on the left with the following items: 'Product catalog', 'Menu settings' (with sub-item 'Not in menu'), 'URL path settings' (with sub-item 'Automatic alias'), 'Revision information' (with sub-item 'No revision'), and 'Comment settings' (with sub-item 'Closed'). The main content area shows two radio button options: 'Open' (with sub-text 'Users with the "Post comments"') and 'Closed' (with sub-text 'Users cannot post comments.'). The 'Closed' option is selected.

1. Μενού **Store settings | Taxes**
2. Κλικ στο κουμπί **Add a tax rate**
3. Προσθήκη στοιχείων φόρου:
  - a. **Τίτλος** : ΦΠΑ
  - b. **Εμφανιζόμενος τίτλος** : ΦΠΑ
  - c. **Ποσοστό** : 0.23 (23%)
  - d. **Τύπος** : VAT (Ενσωματώνεται στη τιμή του
4. προϊόντος)
5. Κλικ στο κουμπί **Save tax rate**

Εικόνα 48 Ρύθμιση φόρου προϊόντων



The screenshot shows the 'Taxes' configuration form. The breadcrumb trail is 'Home > Administration > Store settings > Adva'. The form fields are: 'Title \*' (input: ΦΠΑ), 'Machine name \*' (input: fpa), 'Display title' (input: ΦΠΑ), 'Description' (empty text area), 'Rate \*' (input: 0.23), and 'Type \*' (dropdown: VAT). There are 'Save tax rate' and 'Cancel' buttons at the bottom.

6. Τώρα αν προσθέσουμε προϊόντα θα μπορούμε να προσθέσουμε και τον ΦΠΑ στην τελική τους τιμή:

**Details**

**SKU \***

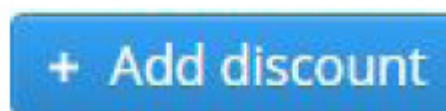
Supply a unique identifier using letters, numbers, hyphens, and underscores. Commas may not be used.

**Price \***  **EUR** **Include tax in this price**  ▼

Saving prices tax inclusive will bypass later calculations for the specified tax.

## 5.24 Ρύθμιση έκπτωσης προϊόντων

1. Μενού **Store settings | Discounts**
2. Κλικ στο κουμπί **Add discount**
3. Προσθήκη στοιχείων έκπτωσης:



- a. **Τίτλος και Όνομα :**  
Έκπτωση 10% σε όλα τα smartphones
- b. **Τύπος έκπτωσης ( στην παραγγελία ή στα προϊόντα):** Product discount
- c. **Επιλογή προϊόντων :** All
- d. **Τύπος προσφοράς :** % off
- e. **Ποσοστό :** 0.1 (10%)
- f. **Ημερομηνίες έναρξης λήξης έκπτωσης**

|                                   |                     |
|-----------------------------------|---------------------|
| Subtotal                          | 730,89<br>€         |
| Έκπτωση 10% σε όλα τα smartphones | -89,90<br>€         |
| ΦΠΑ                               | 168,11<br>€         |
| <b>Order total</b>                | <b>809,10<br/>€</b> |

4. Κλικ στο κουμπί **Save discount**
5. Είμαστε έτοιμοι. Σε κάθε smartphones που βάζουμε στο καλάθι θα υπάρχει έκπτωση 10%.

### Add order discount commerce di

Home ► Administration ► Store settings ► Promotions ►

**Admin title \***

Shown only on management screens, not shown to customer

**Name**

Shown to customers.

**Choose discount type**

Order discount  Product discount

**Product discount conditions**

**Apply to:**   Negate

**Choose offer type**

€ off  % off

**Percentage \***

 %

**Discount dates**

**End date**

### Add order discount commerce di

Home ► Administration ► Store settings ► Promotions ►

**Admin title \***

Shown only on management screens, not shown to customer

**Name**

Shown to customers.

**Choose discount type**

Order discount  Product discount

**Product discount conditions**

**Apply to:**   Negate

**Choose offer type**

€ off  % off

**Percentage \***

 %

**Discount dates**

**End date**

Εικόνα 49 Ρύθμιση έκπτωσης προϊόντων



## 5.25 Πρόσθετο Checkout Progress

Εγκατάσταση του module

1. Πλοήγηση στο [http://drupal.org/project/commerce\\_checkout\\_progress](http://drupal.org/project/commerce_checkout_progress)
2. Μεταφόρτωση του **zip** αρχείου του module

| Version                     | Download   | Date        |
|-----------------------------|--|-------------|
| 7.x-1.4                     | <a href="#">tar.gz (12.15 κΒ)</a>   <a href="#">zip (14.83 κΒ)</a> ← | 2015-Oct-16 |
| <b>Development releases</b> |  |             |
| Version                     | Download   | Date        |
| 7.x-1.x-dev                 | <a href="#">tar.gz (12.16 κΒ)</a>   <a href="#">zip (14.84 κΒ)</a>   | 2015-Oct-16 |

3. Μενού **Site settings | Modules** στο κατάστημά μας
4. Κλικ στο κουμπί **Install new module** και μετά στο κουμπί **Επιλογή αρχείου**
5. Επιλέγουμε το αρχείο **zip** που μεταφορτώσαμε πριν

Or  
**Upload a module or theme archive to install**

commerce\_check...s-7.x-1.4.zip

For example: *name.tar.gz* from your local computer

6. Κλικ στο κουμπί **Install**
7. Μενού **Site settings | Blocks**
8. Εμφάνιση του block στην περιοχή Content.

Content

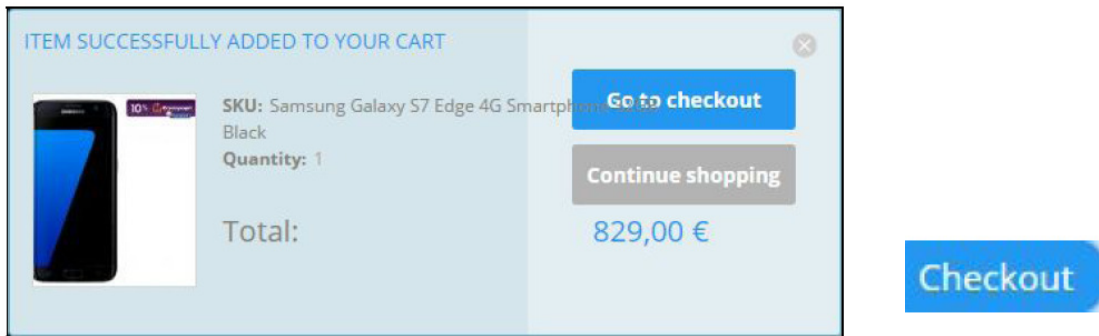
Checkout progress indication

Search sorts

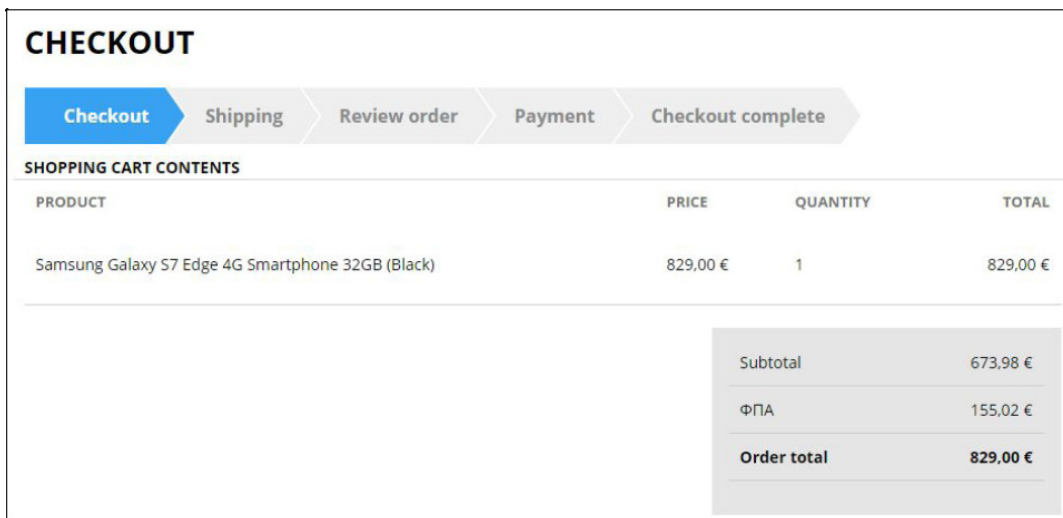
Έλεγχος λειτουργίας

1. Προσθέστε 1 προϊόν στο καλάθι
2. Κλικ στο Go to checkout





### 3. Κλικ στο Checkout



Εικόνα 50 Πρόσθετο Checkout Progress

## 5.26 Πρόσθετο τρόπου πληρωμής μέσω Paypal

Εγκατάσταση του module για το Paypal

1. Πλοήγηση στο [https://www.drupal.org/project/commerce\\_paypal](https://www.drupal.org/project/commerce_paypal)
2. Μεταφόρτωση του zip αρχείου του module

| Version | Download   | Date        |
|---------|--|-------------|
| 7.x-2.3 | <a href="#">tar.gz (67.83 KB)</a>   <a href="#">zip (83.97 KB)</a> | 2014-Jan-14 |

3. Μενού **Store settings | Configuration Advanced store settings | Payment methods** στο κατάστημά μας
4. Κλικ στο **edit** του κανόνα για το **Paypal WPS**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>PayPal WPS</b><br>Machine name: commerce_payment_paypal_wps, Weight: 0<br>Tags: Commerce Payment<br><ul style="list-style-type: none"> <li>Available on the checkout form</li> <li>Not available on the order payment terminal</li> </ul> | Select available payment methods for an order | Overridden <a href="#">edit</a> <a href="#">enable</a> |
|--|---|--|

## 5. Κλικ στο **edit** του Action **Enable payment method: Paypal WPS**

| Actions   |   |
|---|---|
| Elements  | Operations                                  |
| + Enable payment method: PayPal WPS<br>Parameter: Order: [commerce-order] | <a href="#">edit</a> <a href="#">delete</a> |
| <a href="#">+ Add action</a> <a href="#">+ Add loop</a>                   |   |

6. Εδώ κάνουμε μερικές επιλογές για το Paypal και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save** :
  - a. **Paypal email**
  - b. **address** : Η ηλεκτρονική διεύθυνση του καταστήματος
  - c. **Default currency** : το νόμισμα των συναλλαγών
  - d. **Allow transactions to use any currency in the options list above** : Αν θα επιτρέπουμε συναλλαγές σε όλα τα νομίσματα της λίστας
  - e. επιτρέπουμε συναλλαγές σε όλα τα νομίσματα της λίστας
  - f. **PayPal Server** : Αν οι πληρωμές θα γίνονται για δοκιμή της λειτουργίας του καταστήματος (Sandbox) ή κανονικά (Live)

|  |
|--|
| <b>Payment settings</b><br><b>PayPal e-mail address *</b><br><input type="text" value="moboshop@gmail.com"/><br>The primary e-mail address of the PayPal account you want to use to receive payments.<br><b>Default currency</b><br>EUR ▼<br>Transactions in other currencies will be converted to this currency, so multi-currency sites must be configured to use appropriate conversion rates.<br><input type="checkbox"/> Allow transactions to use any currency in the options list above.<br>Transactions in unsupported currencies will still be converted into the default currency.<br><b>PayPal login page language / locale</b><br><input type="text" value="United States"/> ▼<br><b>PayPal server</b><br><input checked="" type="radio"/> Sandbox - use for testing, requires a PayPal Sandbox account<br><input type="radio"/> Live - use for processing real transactions |
|--|

7. Μενού Store settings | Configuration Advanced store settings | Payment methods στο κατάστημά μας
8. Κλικ στο σύνδεσμο enable του PayPal WPS για να ενεργοποιηθεί ο τρόπος πληρωμής μέσω PayPal

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>PayPal WPS</b><br>Machine name: commerce_payment_paypal_wps. Weight: 0<br>Tags: Commerce Payment<br><ul style="list-style-type: none"><li>• Available on the checkout form</li><li>• Not available on the order payment terminal</li></ul> | Select available payment methods for an order | Overridden <a href="#">edit</a> <a href="#">enable</a> |
|---|---|--|

9. Κλικ στο κουμπί Confirm για να επιβεβαιωθεί η ενεργοποίηση του τρόπου πληρωμής μέσω PayPal.

Are you sure you want to enable the *reaction rule PayPal WPS*?


Home ▶ Administration ▶ Store settings ▶ Advanced store settings ▶ Payment methods ▶ Editing reaction rule "PayPal WPS"







[Confirm](#) [Cancel](#)

### Έλεγχος λειτουργίας PayPal

1. Προσθέστε 1 προϊόν στο καλάθι και προχωρήστε στο Checkout
2. Στο βήμα Review Order εμφανίζεται ο τρόπος πληρωμής μέσω PayPal

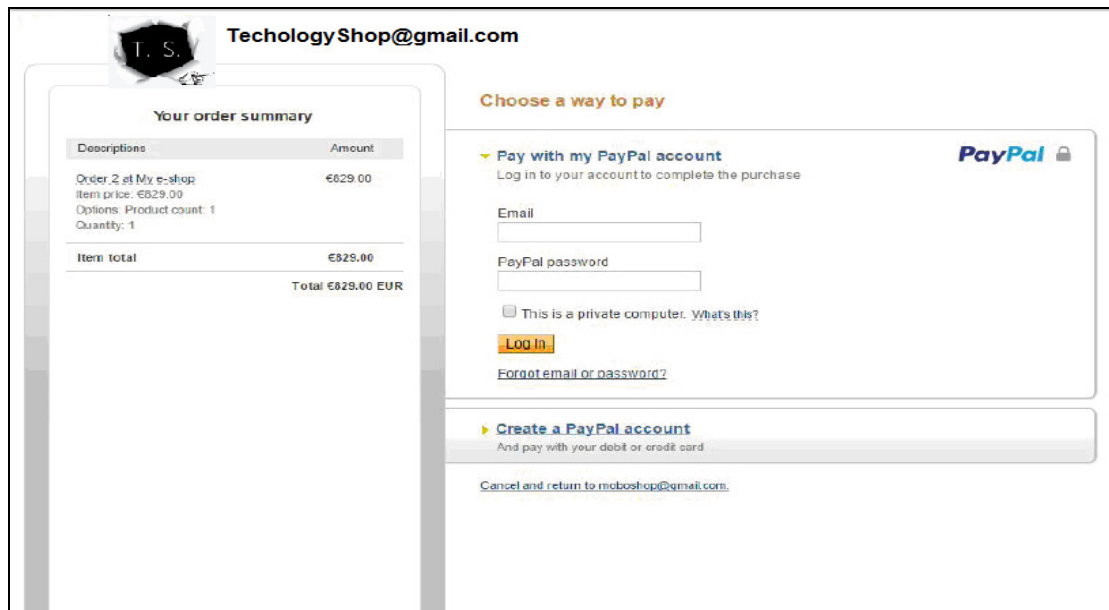
**PAYMENT**

 PayPal - pay securely without sharing your financial information

Includes:      

[Continue to next step](#) or [Go back](#)

3. Αν προχωρήσετε στο επόμενο βήμα θα συνδεθείτε στην υπηρεσία του PayPal για να ολοκληρώσετε τη συναλλαγή.



Εικόνα 51 Πρόσθετο τρόπο πληρωμής μέσω Paypal

Πολλές φορές χρειάζεται να αλλάξει η μορφή των σελίδων. Ο εύκολος τρόπος είναι η χρήση του πρόσθετου Display suite .

Εγκατάσταση Display suite

1. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση <https://www.drupal.org/project/ds>
2. Μεταφορτώνουμε την έκδοση για το Drupal 7 σε μορφή **zip**

| Recommended releases |  |             |
|----------------------|--|-------------|
| Version              | Download   | Date        |
| 8.x-2.3              | <a href="#">tar.gz (105.67 KB)</a>   <a href="#">zip (201.93 KB)</a> | 2016-Jan-16 |
| 7.x-2.13             | <a href="#">tar.gz (129.01 KB)</a>   <a href="#">zip (179.44 KB)</a> | 2016-Feb-11 |

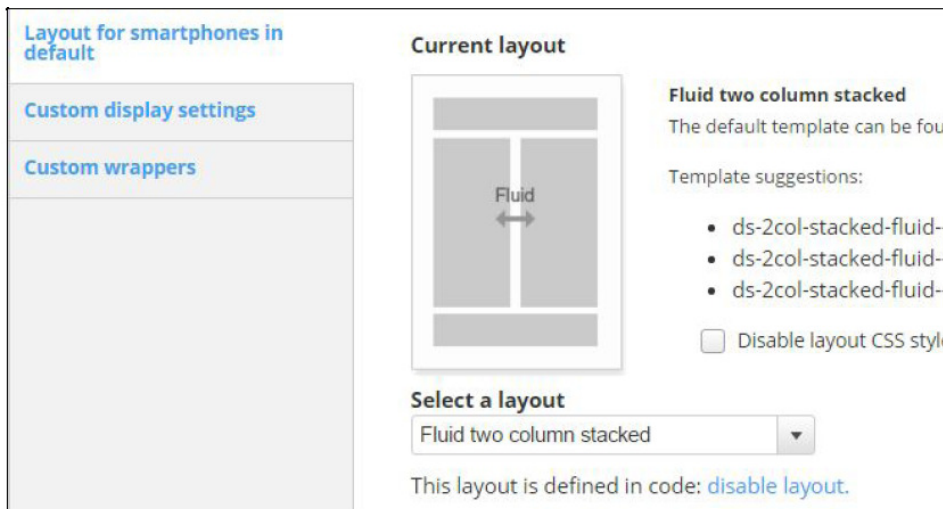
3. Εγκαθιστούμε και ενεργοποιούμε το πρόσθετο μέσω του μενού **Site settings | Modules** και κάνοντας κλικ στο κουμπί **Install new module** όπως σε προηγούμενες περιπτώσεις.



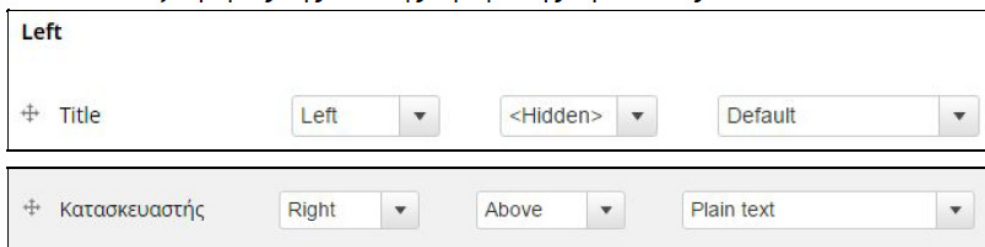
### Αλλαγή ρυθμίσεων σελιδοποίησης

Ας αλλάξουμε τώρα την σελίδα προβολής προϊόντος

1. Μενού **Content | Content types**
2. Κλικ στο **Manage display** του Smartphones
3. Στο κάτω μέρος της οθόνης επιλέγουμε από την καρτέλα **Layout for smartphones in default** το **Fluid two column stacked**.



4. Τώρα μπορούμε να ορίσουμε ποια πεδία του προϊόντος θα εμφανίζονται στο αριστερό και ποια στο δεξιό μέρος της οθόνης προβολής προϊόντος.



Εικόνα 52 Πρόσθετο σελιδοποίησης

## 5.27 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος

### Apple iPhone 6s 64 GB 4G Smartphone

Με 3D Touch, Live Photos, κράμα αλουμινίου σειράς 7000, A9 επεξεργαστή, προηγμένες κάμερες, 4,7 - ιντσών οθόνη Retina HD & πολλά άλλα, θα δεις πως με το iPhone 6s το μόνο που άλλαξε είναι τα πάντα



**809,10 €**

**Κατασκευαστής:**

Apple

**Color:**

Space grey

**Cores:**

2

**RAM:**

2GB

**ROM:**

64GB

**Color :**

Space grey

**Enter Quantity :**

1

Εικόνα 53 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος

## 5.28 Πρόσθετο εισαγωγής πεδίου video

Αρκετά καταστήματα προσφέρουν εκτός από εικόνες και video των προϊόντων τους.

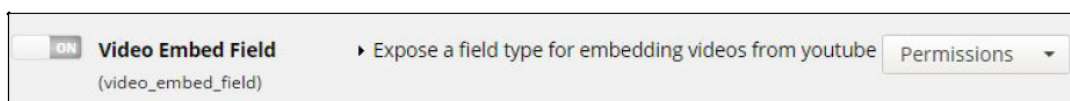
Ας εισάγουμε ένα πεδίο video στα προϊόντα μας με τη χρήση του πρόσθετου Video field

### Εγκατάσταση Video Embed Field

1. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση  
[https://www.drupal.org/project/video\\_embed\\_field](https://www.drupal.org/project/video_embed_field)
2. Μεταφορτώνουμε την έκδοση για το Drupal 7 σε μορφή **zip**

| Recommended releases |  |             |
|----------------------|--|-------------|
| Version              | Download   | Date        |
| 8.x-1.0-rc5          | <a href="#">tar.gz (29.62 KB)</a>   <a href="#">zip (56.97 KB)</a>   | 2016-Mar-15 |
| 7.x-2.0-beta11       | <a href="#">tar.gz (178.27 KB)</a>   <a href="#">zip (184.33 KB)</a> | 2015-Sep-07 |

3. Εγκαθιστούμε και ενεργοποιούμε το πρόσθετο μέσω του μενού **Site settings** | **Modules** και κάνοντας κλικ στο κουμπί **Install new module** όπως σε προηγούμενες περιπτώσεις.



### Προσθήκη πεδίου video

Ας προσθέσουμε ένα πεδίου τύπου video στα προϊόντα μας

1. Μενού **Content** | **Content types**
2. Κλικ στο **Manage fields** του Smartphones
3. Εισάγουμε τα στοιχεία του νέου πεδίου και μετά κλικ στο **Save** και μετά στο κουμπί **Save field settings**

4. Ελέγχουμε τις ρυθμίσεις του πεδίου (**Edit**) έτσι ώστε να είναι ενεργοποιημένες οι επιλογές **Youtube** και **Vimeo**.

**Select the allowed video providers**

Youtube

Vimeo

Enable *Description* field

The description field allows users to enter a description about the video.

5. Κλικ στο κουμπί **Save settings**

Αλλαγή προβολής

Ας αλλάξουμε τώρα την σελίδα προβολής προϊόντος

1. Μενού **Content | Content types**
2. Κλικ στο **Manage display** του Smartphones
3. Μεταφέρουμε το πεδίο **Video** κάτω από το πεδίο **Product**. Αν έχουμε εγκαταστήσει και ρυθμίσει κατάλληλα το πρόσθετο **Display suite** μπορούμε να επιλέξουμε να εμφανίζεται το πεδίο στο **αριστερό μέρος** της οθόνης προβολής του προϊόντος.

|   |                    |      |          |                                    |
|---|--------------------|------|----------|------------------------------------|
| + | Product:<br>Images | Left |          | Visible                            |
|   |                    |      |          | Modify the settings for this field |
| + | Video              | Left | <Hidden> | Video Player                       |

4. Κλικ στο κουμπί **Save**

**Εισαγωγή video στα προϊόντα**

1. Μενού Products | Manage products
2. Κλικ στην επιλογή Edit του προϊόντος στο οποίο θέλουμε να προσθέσουμε video

**Video**

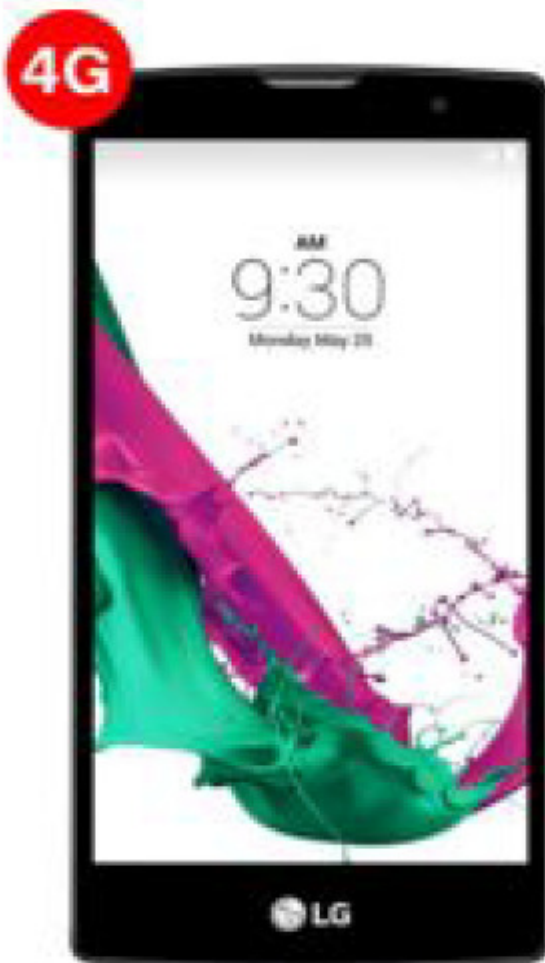
**Video URL**

3. Κλικ στο κουμπί **Save**.

**Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος**



## LG G4c



Κατασκευαστής:

LG

Color:

Black

Cores:

4

RAM:

1GB

ROM:

8GB

Color :

Black

Enter Quantity :

Add to cart 

Συνδυάζει στυλ και ισχύ με ιδιαίτερο κυρτό design 4πύρηνο επεξεργαστή, στα 1.2 GHZ και Android 5.0 λειτουργικό.



Εικόνα 54 Πρόσθετο εισαγωγής πεδίου video

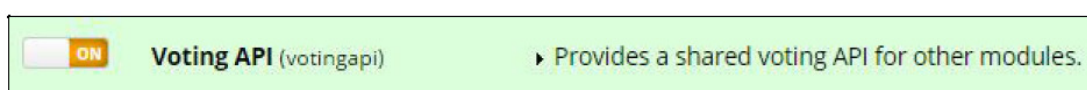
Αρκετά καταστήματα προσφέρουν ένα τύπο αξιολόγησης ενός προϊόντος από τους πελάτες τους.

### Εγκατάσταση αναγκαίων πρόσθετων

1. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση <https://www.drupal.org/project/votingapi>
2. Μεταφορτώνουμε την έκδοση για το Drupal 7 σε μορφή **zip**.

| Version  | Download   | Date        |
|----------|--|-------------|
| 7.x-2.12 | <a href="#">tar.gz (30.86 KB)</a>   <a href="#">zip (38.65 KB)</a> | 2014-Aug-14 |

3. Εγκαθιστούμε και ενεργοποιούμε το πρόσθετο μέσω του μενού **Site settings | Modules** και κάνοντας κλικ στο κουμπί **Install new module** όπως σε προηγούμενες περιπτώσεις.



4. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση <https://www.drupal.org/project/fivestar>
5. Μεταφορτώνουμε την έκδοση για το Drupal 7 σε μορφή **zip**

| Version | Download   | Date        |
|---------|--|-------------|
| 7.x-2.1 | <a href="#">tar.gz (221.36 KB)</a>   <a href="#">zip (239.15 KB)</a> | 2014-Mar-17 |

6. Εγκαθιστούμε και ενεργοποιούμε το πρόσθετο μέσω του μενού **Site settings | Modules** και κάνοντας κλικ στο κουμπί **Install new module** όπως σε προηγούμενες περιπτώσεις.



### Ρυθμίσεις

1. Μενού **Site settings | Configuration**
2. Κλικ στην επιλογή **Fivestar**



3. Προσθέτουμε ετικέτα αξιολογήστε το προϊόν και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save configuration**

**Voting tags**

Choose the voting tags that will be available for node rating. A tag is simply a thing per node, leave this as the default "vote".

**Tags \***

vote, αξιολογήστε το προϊόν

Separate multiple tags with commas.

Save configuration

Εικόνα 55 Πρόσθετο αξιολόγησης προϊόντων

## 5.29 Προσθήκη πεδίου αξιολόγησης

1. Μενού **Content | Content types**
2. Κλικ στο **Manage fields** του Smartphones
3. Εισάγουμε τα στοιχεία του νέου πεδίου για την αξιολόγηση και μετά κλικ στο **Save**

➕ Add new field

Αξιολόγηση προϊόν

Label

field\_ product\_evaluation

A unique machine-readable name containing letters, numbers, and underscores.

Fivestar Rating

Type of data to store.

Stars (rated while viewing)

Form element to edit the data.

4. Επιλέγουμε από τη λίστα Voting Tag την ετικέτα αξιολογήστε το προϊόν και κάνουμε κλικ στο κουμπί Save field settings

**Field settings**

These settings apply to the Αξιολόγηση προϊόντος created.

**Voting Tag \***

αξιολογήστε το προϊόν

The tag this rating will affect. Enter a property on w

5. Επιλέγουμε να εμφανίζονται **5 αστέρια** αξιολόγησης προϊόντος και **να μπορούν οι χρήστες να ψηφίζουν** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save settings**.



**Number of stars**

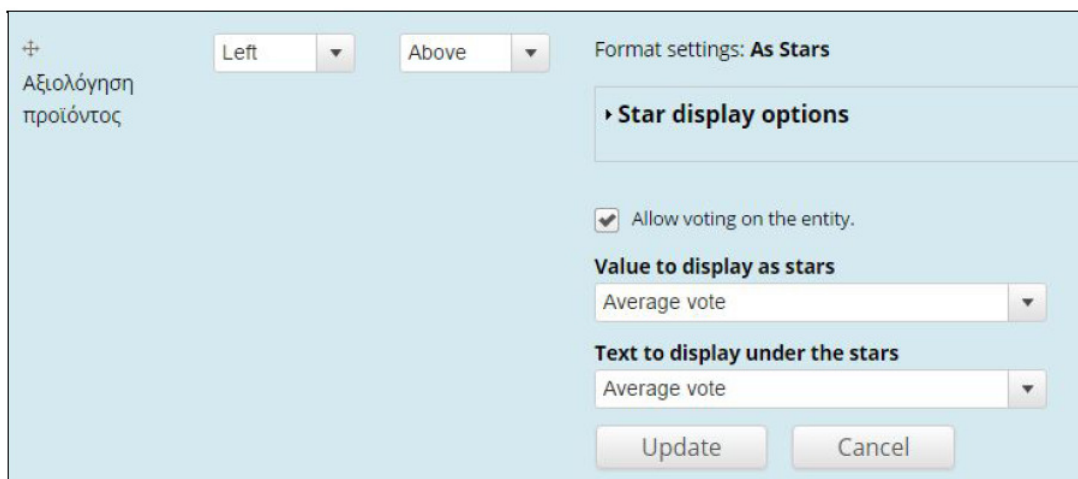
5 ▼

Allow users to cancel their ratings.

Allow users to re-vote on already voted content.

Allow users to vote on their own content.

1. Στην καρτέλα **Manage display** ενεργοποιούμε το πεδίο **Αξιολόγηση προϊόντος** και κάνουμε κλικ στον **τροχό** επιπλέον ρυθμίσεων του πεδίου.
2. Ρυθμίζουμε τις επιλογές **Value to display as stars** και **Text to display under the Stars** σε **Average vote** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Update**.



+ Αξιολόγηση προϊόντος

Left ▼ Above ▼

Format settings: **As Stars**

▶ **Star display options**

Allow voting on the entity.

**Value to display as stars**

Average vote ▼

**Text to display under the stars**

Average vote ▼

Update Cancel

Εικόνα 56 Προσθήκη πεδίου αξιολόγησης

**Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος**

# Sony C5 Ultra 4G Smartphone

Δίδυμες κάμερες στα 13MP για τέλειες λήψεις και 8πύρηνος επεξεργαστής στα 1.7 GHz για απαιτητικούς χρήστες



**314,10 €**

Κατασκευαστής:

Sony

Color:

Black

Cores:

8

RAM:

2GB

ROM:


16GB

Color :

Black ▾

Enter Quantity :

1 ▾

Add to cart 

Εικόνα 57 Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος

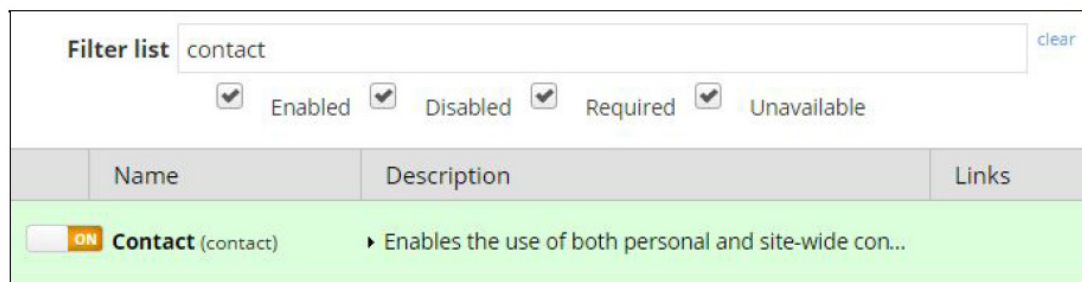
Αξιολόγηση προϊόντος:



## 5.30 Προσθήκη φόρμας επικοινωνίας

Ενεργοποίηση πρόσθετου φόρμας επικοινωνίας

1. Μενού **Site settings | Modules**
2. Βρίσκουμε και ενεργοποιούμε το πρόσθετο **Contact**
3. Κλικ στο κουμπί **Save configuration** για αποθήκευση

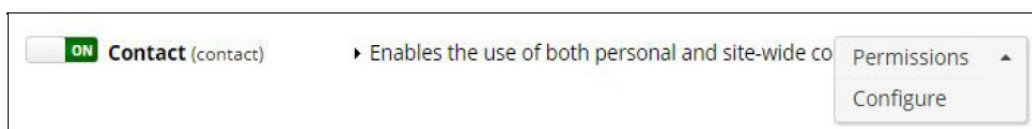


### Ρύθμιση πρόσθετου φόρμας επικοινωνίας

1. Βρίσκουμε πάλι το πρόσθετο **Contact**
2. Κλικ στο κουμπί **Permissions** για να ελέγξουμε τα δικαιώματα των χρηστών
3. Βρίσκουμε τις ρυθμίσεις δικαιωμάτων για το Contact και βεβαιωνόμαστε ότι για τις φόρμες επικοινωνίας των διαχειριστών να έχουν δικαίωμα μόνο οι διαχειριστές ενώ για τις δημόσιες φόρμες να έχουν δικαίωμα όλοι.

| Contact  |                                     |                                     |                                     |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Administer contact forms and contact form settings | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Use the site-wide contact form                     | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Use users' personal contact forms                  | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |

4. Κλικ στο Save permissions για αποθήκευση ρυθμίσεων δικαιωμάτων
5. Βρίσκουμε πάλι το πρόσθετο Contact στο μενού Site settings | Modules
6. Κλικ στο κουμπί Configure για να ρυθμίσουμε το πρόσθετο



7. Κλικ στο κουμπί **Add category** για δημιουργία νέας κατηγορίας επικοινωνίας πελατών
8. Εισάγουμε τις ρυθμίσεις που επιθυμούμε και κλικ στο κουμπί **Save**

**Category \***

Example: 'website feedback' or 'product information'.

**Recipients \***

Example: 'webmaster@example.com' or 'sales@example.com,support@example.com' . To specify each e-mail address with a comma.

**Auto-reply**

Optional auto-reply. Leave empty if you do not want to send the user an auto-reply message.

**Weight**

When listing categories, those with lighter (smaller) weights get listed before categories with heavier weights. Categories with equal weights are sorted alphabetically.

**Selected**

Set this to Yes if you would like this category to be selected by default.

Εικόνα 58 Προσθήκη φόρμας επικοινωνίας

### 5.31 Διαγραφή της τυπικής φόρμας επικοινωνίας- Αλλαγή τίτλου στοιχείου μενού επικοινωνίας

Κάνουμε κλικ στο στοιχείο μενού **Contact** της δημόσιας περιοχής. Εμφανίζεται απλά ένα κείμενο. Κάνουμε κλικ στο **Edit** και μετά στο πλήκτρο **Delete** για να διαγραφεί.

1. Μενού **Site settings | Structure** και μετά στην επιλογή **Menu**

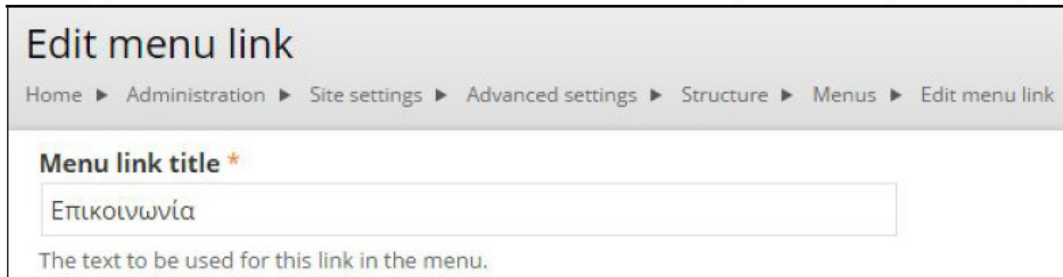


2. Κλικ στην επιλογή **List links** του μενού **Secondary navigation**



3. Κλικ στην επιλογή **Edit** του στοιχείου μενού **Contact**

4. Αλλαγή του τίτλου σε **Επικοινωνία** και κλικ στο κουμπί **Save για αποθήκευση**



**Έλεγχος της σωστής λειτουργίας στο δημόσιο χώρο του καταστήματος**

A screenshot of the "CONTACT" form. The form has a title "CONTACT" and several fields: "Your name \*" (text input), "Your e-mail address \*" (text input), "Subject \*" (text input), "Category \*" (dropdown menu with "Επικοινωνία με τους πελάτες" selected), and "Message \*" (text area). At the bottom, there is a checkbox "Send yourself a copy." and a "Send message" button.

Εικόνα 59 Διαγραφή της τυπικής φόρμας επικοινωνίας

## 5.32 Αλλαγή της γλώσσας του καταστήματος σε ελληνικά- Εγκατάσταση ελληνικής γλώσσας

1. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση <https://localize.drupal.org/>
2. Από το μενού **Quick navigation** επιλέγουμε **Greek** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Go there**



3. Μεταφορτώνουμε το **αρχείο της ελληνικής μετάφρασης για το Drupal 7**

|             |      |                         |             |             |
|-------------|------|-------------------------|-------------|-------------|
| Drupal core | 7.43 | Download<br>(954.76 KB) | 2016-Feb-24 | 2016-Mar-27 |
|-------------|------|-------------------------|-------------|-------------|

4. Μενού Site settings | **Modules**
5. Κλικ στην επιλογή Configure του πρόσθετου Locale



6. Κλικ στο κουμπί **Add language**.

**+ Add language**

7. Από τη λίστα επιλέγουμε **Greek (Ελληνικά)** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Add language**

▼ **Predefined language**

**Language name**

Greek (Ελληνικά) ▼

Use the *Custom language* section below if your desired language does not appear in this list.

**Add language**

1. Επιλέγουμε ως προκαθορισμένη ( **default** ) γλώσσα την **ελληνική** και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Save configuration**

| English name | Native name | Code | Direction     | Enabled                             | Default                          | Operations                                  |
|--------------|-------------|------|---------------|-------------------------------------|----------------------------------|---|
| + English    | English     | en   | Left to right | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="radio"/>            | <a href="#">edit</a>                        |
| + Greek      | Ελληνικά    | el   | Left to right | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="radio"/> | <a href="#">edit</a> <a href="#">delete</a> |

2. Μενού **Site settings | Configuration**
3. Κλικ στην επιλογή **Translate interface**

**REGIONAL AND LANGUAGE**

- [Regional settings](#)  
Settings for the site's default time zone and country.
- [Date and time](#)  
Configure display formats for date and time.
- [Languages](#)  
Configure languages for content and the user interface.
- [Translate interface](#) ←  
Translate the built in interface and optionally other text.
- [Countries](#)  
List, edit, or add countries.
- [Multilingual settings](#)  
Configure extended options for multilingual content and translations.

4. Στην καρτέλα **Import** επιλέγουμε το **αρχείο της ελληνικής μετάφρασης** που μεταφορτώσαμε σε προηγούμενο βήμα και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Import** για να την εισάγουμε.

## Import translation

### Language file

Επιλογή αρχείου drupal-7.43.el.po

A Gettext Portable Object (.po) file.

### Import into

Greek

Choose the language you want to add strings into. If you choose a language which is not yet set up, it will be added.

### Text group

- Built-in interface
- Contact forms
- Drupal Commerce

Imported translations will be added to this text group.

### Mode

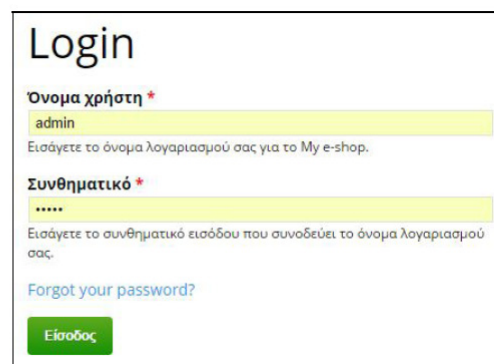
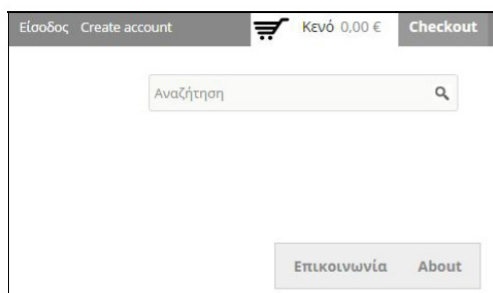
- Strings in the uploaded file replace existing ones, new ones are added. The plural format is updated.
- Existing strings and the plural format are kept, only new strings are added.

Import

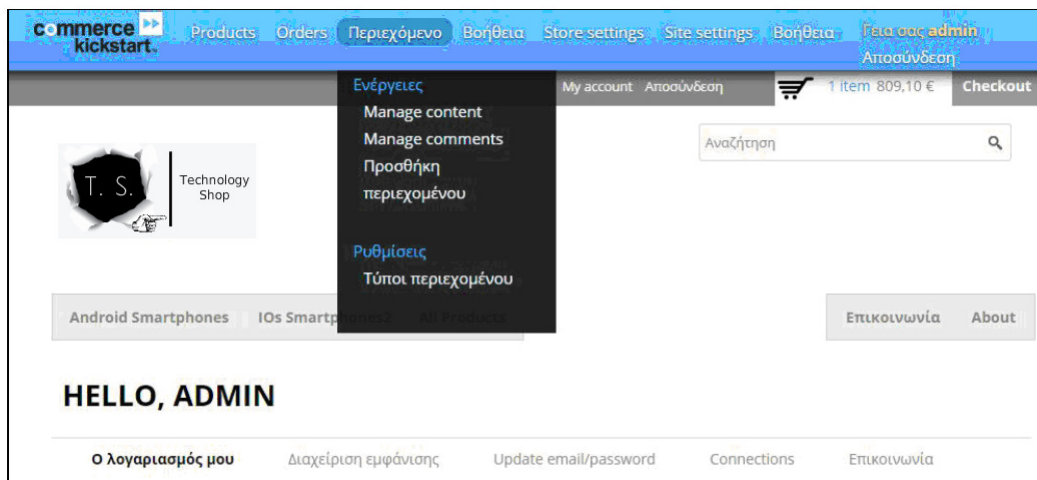
Όταν τελειώσει η εισαγωγή θα μας εμφανιστεί μήνυμα με το ποσοστό μετάφρασης στα ελληνικά.

| Γλώσσα                 | Ενσωματωμένη διεπαφή |
|------------------------|----------------------|
| Αγγλικά (ενσωματωμένο) | δ/υ                  |
| Ελληνικά               | 4696/7083 (66.3%)    |

## Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος



## Τελικό αποτέλεσμα στο χώρο διαχείρισης



Εικόνα 59 Αλλαγή γλώσσας σε ελληνικά

### 5.33 Google Checkout

Αφού αναλύσαμε τη μέθοδο πληρωμής PayPal, τώρα θα δούμε τη μέθοδο πληρωμής Google Checkout. Θα δούμε είναι ακριβώς πώς λειτουργεί καθώς και πώς δημιουργούμε ένα λογαριασμό Checkout.



*How does..*



Εικόνα 60 Google Checkout

Ακολουθούν ορισμένα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση του Google Checkout:

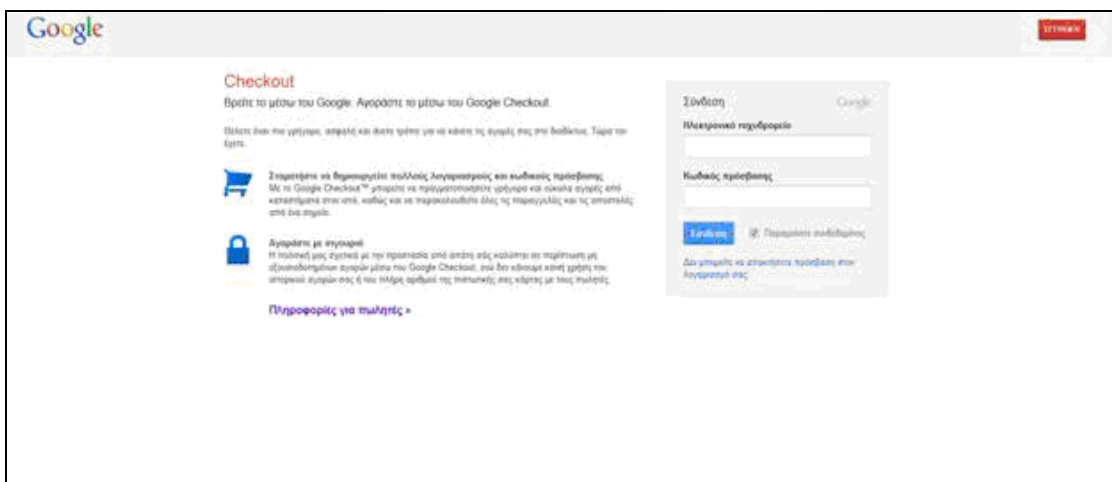
- **Αποθηκεύστε τα στοιχεία χρέωσης και αποστολής.** Δεν θα χρειαστεί να καταχωρίσετε ξανά τις ίδιες πληροφορίες κάθε φορά που κάνετε τις

αγορές σας στο διαδίκτυο. Μπορείτε να αποθηκεύσετε πολλαπλές διευθύνσεις και πιστωτικές κάρτες στο Google Checkout.

- **Παρακολουθήστε την κατάσταση των παραγγελιών σας.** Όλες οι αγορές σας καταγράφονται στη σελίδα "Ιστορικό αγορών".
- **Διατηρήστε ασφαλή τα στοιχεία σας.** Η ισχύουσα πολιτική προστασίας από απάτη σας καλύπτει από τις μη εξουσιοδοτημένες αγορές που γίνονται μέσω του Google Checkout. Επίσης, δεν κοινοποιούμε το ιστορικό αγορών σας ή τον πλήρη αριθμό της πιστωτικής κάρτας σας με πωλητές.

Ακολουθούμε τα εξής βήματα:

Πάμε στη κεντρική σελίδα Google Checkout <http://checkout.google.com>.



- Κλικάρουμε πάνω δεξιά στο κόκκινο κουτάκι που γράφει **ΕΓΓΡΑΦΗ**.
- Συμπληρώνουμε τα στοιχεία μας και το κωδικό της πιστωτικής μας κάρτας και κλικάρουμε **Δημιουργία λογαριασμού**. Πηγαίνουμε στην σελίδα του Google Checkout Home/Administer/Store administration/Configuration/Google Checkout settings. Εδώ βλέπουμε ότι χρειαζόμαστε το Merchant ID και το Merchant Key. Για να τα βρούμε πάμε στο <http://checkout.google.com/sell>. Αυτό το link μας στέλνει στη δική μας σελίδα διαχείρισης στο Google Checkout. Κάνουμε εγγραφή (Sign up) αιτούμαστε για Merchant ID και Merchant Key. Αυτά έρχονται σε εμάς μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου(e-mail).
- Πάμε στο Home/ Administer /Store administration/Configuration/Google Checkout settings και τοποθετούμε το Merchant ID και το Merchant Key.

Home > Administer > Store administration > Configuration

## Google Checkout settings

Account Shipping Taxes

In the Google Checkout Merchant Center, enter [http://www.infowonders.gr/drupal-6.13/google\\_checkout](http://www.infowonders.gr/drupal-6.13/google_checkout) Ubercart to communicate with Google Checkout.

Authentication

**Merchant ID:**

**Merchant key:**

Used to sign cart information. Keep it secret, keep it safe.

Test Environment settings

Customer messages

Button settings

Save configuration Reset to defaults

- Κλικάρουμε Save configuration
- Πάμε στο Administer/Store administration/Configuration/Cart settings /Cart panes και ελέγχουμε το pane του Google Checkout

## 5.34 Προσθήκη άλλων τρόπων πληρωμής

### Μεταφόρτωση και εγκατάσταση πρόσθετου

1. Πηγαίνουμε στη διεύθυνση [https://www.drupal.org/project/commerce\\_cop](https://www.drupal.org/project/commerce_cop)
2. Μεταφορτώνουμε το πρόσθετο

| Downloads            |  |             |
|----------------------|--|-------------|
| Recommended releases |  |             |
| Version              | Download   | Date        |
| 7.x-1.0-beta2        | <a href="#">tar.gz (14.43 KB)</a>   <a href="#">zip (24.11 KB)</a> | 2014-Sep-04 |

3. Επιλέγουμε μενού Site settings | Μονάδες και εγκαθιστούμε το πρόσθετο.
4. Ενεργοποιούμε τις μονάδες Commerce Custom Offline Payments, Bank Transfer payment και Cash on Delivery payment.

|  | Name   | Description                              |
|--|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> ON | <b>Commerce Custom Offline Payments</b> (commerce_cop) | ▶ Manage custom offline payment methods. |

|  | Name  | Description                     |
|--|---|---------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> ON | <b>Bank Transfer payment</b> (commerce_cop_bank_transfer) | ▶ Bank Transfer offline payment |

|  | Name   | Description                        |
|--|--|------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> ON | <b>Cash on Delivery payment</b> (commerce_cop_cod) | ▶ Cash on Delivery offline payment |

#### 5. Store settings | Custom Offline Payments

| + Add payment method |                |  |
|----------------------|----------------|--|
| Payment              | Κατάσταση      | Λειτουργίες  |
| Bank Transfer        | Ενεργοποιημένο | <a href="#">Επεξεργασία</a> <a href="#">Διαγραφή</a> |
| Cash on Delivery     | Ενεργοποιημένο | <a href="#">Επεξεργασία</a> <a href="#">Διαγραφή</a> |


6. Για κάθε είδος πληρωμής
  - a. κάνουμε κλικ στο **Επεξεργασία**
  - b. Αλλάζουμε τα **κείμενα**
  - c. Κάνουμε κλικ στο **Αποθήκευση**

#### Τελικό αποτέλεσμα στο δημόσιο χώρο του καταστήματος

Κάνουμε Checkout και στο βήμα της επιλογής τρόπου πληρωμής μπορούμε πλέον να επιλέξουμε τους νέους τρόπους πληρωμής.



**PAYMENT**

PayPal - pay securely without sharing your financial information  
**Περιλαμβάνει:** 

Bank Transfer  
 Cash on Delivery

**Παρακαλώ όπως πραγματοποιήσετε την πληρωμή στον παρακάτω λογαριασμό:**

Κάτοχος:  
 Αριθμός λογαριασμού: 826965333  
 IBAN:  
 GR9503875930826965333 Τράπεζα: MyBank

Οδηγίες:  
 Μετά από τη μεταφορά/κατάθεση παρακαλούμε όπως αποστείλατε το αποδεικτικό μέσω e-mail στο [orders@moboshop.gr](mailto:orders@moboshop.gr)

**ΠΡΟΣΟΧΗ:**  
 Παρακαλούμε να δίνετε πάντοτε στην τράπεζα ως αιτιολογία το Ονοματεπώνυμο σας και τον Αριθμό Παραγγελίας.  
 Για κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό από μη συνεργαζόμενη τράπεζα, τα τυχόν έξοδα συναλλαγής επιβαρύνουν αποκλειστικά και μόνο τον πελάτη  
 Για οποιαδήποτε απορία ή πρόβλημα, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μας, στο e-mail [orders@moboshop.gr](mailto:orders@moboshop.gr) ή τηλεφωνικά στο 111 111 1111, αναφέροντας τον αριθμό παραγγελίας σας.  
 Copyright © 2016 [moboshop.gr](http://moboshop.gr)

Εικόνα 61 Άλλοι τρόποι πληρωμής

## 5.35 Google Analytics

Το Google Analytics είναι μια από τις πιο σημαντικά εργαλεία της Google, που διατίθεται δωρεάν και δίνει δωρεάν αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με την επισκεψιμότητα μίας ιστοσελίδας

Ο κάθε εγγεγραμμένος χρήστης μπορεί να προσθέσει για ανάλυση και παρακολούθηση όσες ιστοσελίδες θέλει. Για κάθε ένα από τα websites, το Google Analytics παρέχει έναν μοναδικό κώδικα (Google Analytics Tracking Code) ο οποίος πρέπει να ενσωματωθεί σε όλες τις σελίδες του site, συνήθως στο <head> ή στο τέλος του <body> της σελίδας. Με τον συγκεκριμένο κώδικα εγκατεστημένο, κάθε φορά που ένας χρήστης επισκέπτεται το site, συλλέγονται στατιστικά στοιχεία γι' αυτό, όπως είναι για παράδειγμα ο χρόνος παραμονής στις εσωτερικές σελίδες ή οι σύνδεσμοι τους οποίους ο χρήστης ακολούθησε για να καταλήξει στο site. Αυτά τα στοιχεία αποστέλλονται άμεσα στην υπηρεσία της Google, αναλύονται, κατανέμονται στις σωστές κατηγορίες και παρουσιάζονται σε έναν εύχρηστο περιβάλλον.

Πρώτα από όλα, η υπηρεσία απαιτεί εγγραφή για την χρήση της και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων της. Αν έχετε ήδη λογαριασμό email στο Google Mail, τότε χρησιμοποιούμε κατευθείαν την πλατφόρμα διαχείρισης. Ένα από τα πρώτα βήματα αποτελεί η προσθήκη μιας ιστοσελίδας προς παρακολούθηση. Θα ζητηθούν στοιχεία της ιστοσελίδας, δηλαδή το όνομα και η διεύθυνση, τα προσωπικά στοιχεία, η περιοχή και η χώρα. Τέλος, απαιτείται να συμφωνήσετε με τους όρους χρήσης της υπηρεσίας. Αμέσως μόλις προστεθεί η νέα ιστοσελίδα, το Analytics σας παρέχει τον κώδικα, τον οποίο καλείστε να προσθέσετε στην ιστοσελίδα σας. Η εγκατάσταση του κώδικα απαιτεί βασικές γνώσεις HTML.

Στην κεντρική σελίδα του Analytics, θα βρείτε την περίληψη των στατιστικών της ιστοσελίδας σας, ενώ αν επιλέξετε το “View report” θα δείτε αναλυτικά όλα τα στατιστικά στοιχεία που συλλέχθηκαν. Το Google Analytics έχει πλέον ρυθμιστεί και θα πραγματοποιεί αυτόματα τις μετρήσεις που αφορούν στα στατιστικά δεδομένα της σελίδας σας. Μετά από μερικές ημέρες θα έχετε μια πιο σωστή εικόνα των στατιστικών, ενώ η ακρίβειά τους θα βελτιώνεται με την πάροδο του χρόνου.

Τα οφέλη από την χρήση της υπηρεσίας Google Analytics

Τα οφέλη από την χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι αρκετά. Παρέχει μια πλήρη εικόνα σχετικά με την επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα σας, δημογραφικά στοιχεία που αφορούν στους επισκέπτες της, όπως είναι για παράδειγμα η περιοχή διαμονής τους και η μητρική τους γλώσσα, στατιστικά στοιχεία σχετικά με το ποσοστό επιστροφής στην σελίδα και τον χρόνο πλοήγησης σε αυτήν, πληροφορίες για τον browser με τον οποίο την επισκέφθηκαν, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους κατέληξαν σε αυτήν (keywords, referral links κλπ).

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, το Google Analytics μπορεί να εξυπηρετήσει ακόμη και την παρακολούθηση διαφημιστικών εκστρατειών. Όταν εμφανίζεται ο κώδικας που πρέπει να προστεθεί στην ιστοσελίδα σας για την παρακολούθηση των στατιστικών, σας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξετε ακριβώς ποια είναι τα στοιχεία που θα παρακολουθείτε.

<sup>9</sup> <https://www.google.gr/intl/el/analytics/> [Τελευταία ανάκτηση 25/11/2016]

## Συμπεράσματα

Στη παρούσα εργασία έδειξα την εγκατάσταση και τη χρήση του xampp. Έπειτα έδειξα την εγκατάσταση και τη χρήση του Drupal. Μετά κατασκεύασα μέσω του Drupal ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Παρουσίασα όλες τις τεχνολογίες αναλυτικά και έδειξα βήμα προς βήμα την διαδικασία δημιουργίας του ηλεκτρονικού καταστήματος. Με την βοήθεια εικόνων, ο αναγνώστης της εργασίας μου θα μπορεί πολύ εύκολα να κατανοήσει την όλη διαδικασία ώστε να δημιουργήσει το δικό του ηλεκτρονικό κατάστημα.

Η επιλογή κατασκευής ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι σημαντική αφού μειώνει σε μεγάλο βαθμό το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας ενός καταστήματος σε σχέση μ' ένα πραγματικό κατάστημα. Το Drupal είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την κατασκευή των ιστοσελίδων. Παρέχεται υποστήριξη από τα μέλη της κοινότητας βάσει της δεοντολογίας που διέπει τα ανοιχτού κώδικα λογισμικά. Επιταχύνει την κατασκευή ιστοχώρων εξαιτίας των ποιοτικών υπηρεσιών και της ιεραρχικής δομής που παρέχει.

---

<sup>9</sup> <https://www.google.gr/intl/el/analytics/>

## Βιβλιογραφία

1. George Papadongonas και Yiannis Doxaras, (2010) “Drupal e-commerce with Ubercart 2.x”, Packt Publishing
2. Todd Tomlinson, (2010) “Beginning Drupal 7”, Springer-Verlag New York
3. Dixon Rod (2004). *Open Source Software Law*. Artech House. p. 4. ISBN 9781580537193
4. Dr. Andreas Mauthe; Dr. Peter Thomas (2004). *Professional Content Management Systems: Handling Digital Media Assets*. John Wiley & Sons.
5. Hancock, Terry (2010). *The Jargon of Freedom: 60 Words and Phrases with Context* Free Software Magazine.
6. Καρασαββίδης, Η. (2001). Κονστρουκτιβιστική μάθηση μέσω διαδικτύου: Δυνατότητες και Προοπτικές. Πρακτικά Πανελληνίου Συνεδρίου με διεθνείς συμμετοχή. Ρέθυμνο: Πανεπιστήμιο Κρήτης.
7. Μαρκαδάς,Σ. (2002α).Πρόταση για μια νέα λίστα αξιολόγησης και επιλογής εκπαιδευτικού λογισμικού. Μακεδόν,10,311-136.
8. Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Γουλή Χρήστο με θέμα Ανάπτυξη Επαγγελματικού οδηγού του νομού Αργολίδος , ΤΕΙ Κρήτης 2013.
9. Πτυχιακή εργασία της φοιτήτριας Σκαρμούτσου Δήμητρας με θέμα Σχεδίαση και υλοποίηση Web Εφαρμογής για τη δημιουργία δημοσιογραφικού site με χρήση Drupal , ΤΕΙ Κρήτης 2012.

## Δικτυογραφία

1. Apache Homepage .apache.org
2. “CSS Definition”. Wikipedia.org/wiki/CSS
3. “Drupal Homepage”. Drupal.org.
4. “Drupal Modules”. Drupal.org.
5. “Drupal Themes”. Drupal.org.
6. “Edutorials”. <http://edutorials.gr/node/216>
7. “Edutorials”. <http://www.edutorials.gr/book/export/html/250>
8. Joomla 1.5 & Drupal 6.1 Performance Comparison. CMS report.com
9. “Mysql Homepage”.mysql.com
10. “PHP Homepage”. php.net
11. "Static web page - Definition of website by the Free Online Dictionary, Thesaurus and Encyclopedia". Thefreedictionary.com.
12. Static Web page. [http://en.wikipedia.org/wiki/Static\\_web\\_page](http://en.wikipedia.org/wiki/Static_web_page).
13. “XAMPP Definition”. wikipedia.org/wiki/ XAMPP.
14. <https://el.wikipedia.org>.
15. <http://www.seosolution.gr>