

ΣΧΕΔΙΑΣΗ & ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Τ.Ε.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΧΕΔΙΑΣΗ & ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

ΕΛΕΝΑ ΚΑΛΑΠΑΪ

A.M. 9328

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΖΑΛΛΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ

ΑΡΤΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2016

Περιεχόμενα

1	Το διαδίκτυο στη σημερινή εποχή	6
2	Ευκαιρίες που το διαδίκτυο προσφέρει σε επαγγελματίες και εταιρείες.....	8
3	Εταιρεία Iasismed.....	10
3.1	Δραστηριότητες της εταιρείας	10
3.2	Απαιτήσεις εταιρείας σχετικά με τον διαδικτυακό ιστότοπο	10
4	Περιβάλλον εργασίας Wordpress.....	12
4.1	Διαθέσιμες πλατφόρμες σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοσελίδων.....	12
4.2	Βασική δομή του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress.....	13
5	Σχεδιασμός του διαδικτυακού ιστότοπου www.iasismed.com.....	17
5.1	Offline σχεδιασμός (Wamp Server).....	17
5.2	Template που χρησιμοποιήθηκε.....	19
5.3	Υλοποίηση	20
5.3.1	Δημιουργία Σελίδων (Pages)	20
5.3.2	Δημιουργία μενού πλοήγησης.....	25
5.3.3	Διαμόρφωση κεφαλίδας ιστότοπου	29
5.3.4	Επιλογή χρωμάτων	30
5.3.5	Ρυθμίσεις αρχικής σελίδας	31
5.3.6	Πρόσθετες λειτουργίες.....	32
6	Τελική μορφή website.....	34
7	Συμπεράσματα	40

Περίληψη

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε η ηλεκτρονική ιστοσελίδα εταιρείας η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της εμπορίας αναλώσιμων ιατρικών υλικών. Η απαίτηση από την πλευρά της εταιρείας ήταν η δημιουργία μιας ιστοσελίδας στην οποία οι ενδιαφερόμενοι (ασθενείς, επαγγελματίες του χώρου της υγείας κλπ.) θα έχουν τη δυνατότητα να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα υλικά τα οποία εμπορεύεται. Απώτερο σκοπό του εγχειρήματος αποτελεί η μεγαλύτερη προβολή της εταιρείας στο χώρο του διαδικτύου και η διεύθυνση σε μεγαλύτερο κομμάτι της συγκεκριμένης αγοράς.

Για την υλοποίηση της ιστοσελίδας χρησιμοποιήθηκε το περιβάλλον σχεδίασης Wordpress. Το συγκεκριμένο περιβάλλον σχεδίασης ιστοσελίδων έχει γνωρίσει ιδιαίτερα σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και για το λόγο αυτό έχει βρει μεγάλη ανταπόκριση στην κοινότητα τόσο των σχεδιαστών όσο και των χρηστών. Ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει είναι η απλή δομή του και η ιδιαίτερη φιλικότητα προς το χρήστη, γεγονός που καθιστά εύκολη τη χρήση του ακόμα και από χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις.

Στα επόμενα κεφάλαια αναλύονται με περισσότερες λεπτομέρειες οι απαιτήσεις της εταιρείας για την οποία προορίζεται ο ιστότοπος και οι ρυθμίσεις που έγιναν κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού με βάση αυτές τις απαιτήσεις. Επιπλέον, γίνεται μια σύντομη εισαγωγή στη δομή και τις δυνατότητες του περιβάλλοντος σχεδιασμού Wordpress. Τέλος, γίνεται αναφορά στα σημαντικότερα στάδια της υλοποίησης του ιστοτόπου με τη χρήση του Wordpress και παρουσιάζεται η τελική μορφή της ιστοσελίδας.

Λέξεις – κλειδιά: διαδίκτυο, ηλεκτρονική ιστοσελίδα, περιβάλλον Wordpress

Abstract

In this work, the website of a company operating in the field of perishable medical supplies was designed and constructed. The main requirement was the construction of a website where anyone engaged in this field (patients, doctors, nurses etc.) would be able to find further information regarding the medical supplies provided by the company. The aim of the company is to ensure its promotion through the internet and improve its market penetration possibilities.

In order to design and implement the website, Wordpress design platform has been used. This platform has seen significant development during the last years and for this reason has gained increasing popularity amongst designers and users. One of the major advantages of Wordpress is the simple structure and user – friendly approach, which allows even to inexperienced designers to use it.

In the next chapters, the specific requirements of the company are further analyzed, as well as the necessary adjustments made during the design process in accordance to these requirements. Furthermore, a brief introduction to the structure and possibilities that Wordpress platform offers are provided. Finally, the most important steps of the design procedure are discussed and the final version of the website is illustrated.

Keywords: Internet, website, Wordpress platform

1 Το διαδίκτυο στη σημερινή εποχή

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η δημιουργία και αξιοποίηση του παγκόσμιου υπερδικτύου έχει επιφέρει κοσμογονικές αλλαγές στους τεχνολογικούς τομείς της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Μέσα στην πορεία των ετών, η εφεύρεση συνεχώς πιο εξελιγμένων τεχνολογιών επικοινωνίας (τηλέγραφος, τηλέφωνο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, προσωπικός υπολογιστής κλπ.) προετοίμασε το έδαφος για μία προτώγνωση σύγκλιση λειτουργιών και δυνατοτήτων. Αποκορύφωμα όλων αυτών υπήρξε το διαδίκτυο (internet), παρέχοντας πλέον πολύ εξελιγμένες δυνατότητες σχετικά με τη μετάδοση πληροφοριών σε παγκόσμια εμβέλεια σε ελάχιστο χρόνο και ανοίγοντας το δρόμο για την επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ ατόμων με χρήση πολύ φθηνού εξοπλισμού και χωρίς κανένα γεωγραφικό περιορισμό [1].

Παρ' όλο που στη σημερινή εποχή όροι όπως mymail@gmail.com και www.mydomain.com είναι άμεσα αναγνωρίσιμοι από δεκάτομμυρια ανθρώπους, η διαχρονική εξέλιξη αυτού που σήμερα ονομάζουμε Διαδίκτυο δεν είναι ευρέως γνωστή. Αν και η δημιουργία του διαδικτύου δεν αποτελεί πρόσφατη ιδέα (η απαρχή της κατασκευής του με σαφώς διαφορετική μορφή από τη σημερινή αποδίδεται στο Υπουργείο Άμυνας των Η.Π.Α. που επιθυμούσε το σχεδιασμό ενός ανθεκτικού και αξιόπιστου συστήματος επικοινωνίας που θα λειτουργεί απρόσκοπτα ακόμα και υπό καθεστώς πολέμου), η σημερινή του μορφή οφείλεται ουσιαστικά στην τεράστια άνθιση που γνώρισαν οι κλάδοι της πληροφορικής καθώς και της ηλεκτρονικής. Η ιστορία του ξεκινάει από τη δεκαετία του 1950 με μορφή πολύ διαφορετική από τη σημερινή, ενώ τα κυριότερα στάδια εξέλιξής του ήταν η δημιουργία του δικτύου ARPANET, η επακόλουθη μετατροπή του σε Internet και, τέλος, η δημιουργία του World Wide Web που απολαμβάνουμε σήμερα [2]. Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών αυτών, εμφανίστηκε η κατά γενική ομολογία σημαντικότερη υπηρεσία του Internet που πυροδότησε την περαιτέρω έρευνα και διάδοσή του στα πέρατα του κόσμου, το email.

Κατά γενική ομολογία το διαδίκτυο έχει ευεργετική επίδραση σε ότι αφορά την εξέλιξη της τεχνολογίας και των επιστημών. Τεράστιος όγκος πληροφορίας μπορεί να γίνει άμεσα διαθέσιμος στον οποιονδήποτε διαθέτει απλώς έναν υπολογιστή και υπηρεσίες πρόσβασης στο διαδίκτυο, γεγονός που επιτρέπει τη γρήγορη και άμεση διάδοση της πληροφορίας αλλά κυρίως την αξιοποίησή της. Αυτή η εξέλιξη επιτρέπει εξάλλου τη διεξαγωγή ποιοτικής και αξιόλογης έρευνας ακόμα και σε χώρες όπου οι ερευνητικές υποδομές δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένες.

Παρόλα αυτά, δεν είναι λίγοι οι ειδικοί, προερχόμενοι από διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους, οι οποίοι υποστηρίζουν ότι μαζί με την τεράστια αυτή εξέλιξη, το διαδίκτυο άλλαξε για πάντα την καθημερινότητα των ανθρώπων, όχι απαραίτητα προς το καλύτερο. Ένα στοιχείο για το οποίο υπάρχει έντονη κριτική είναι οι αλλαγές στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, λόγω της τεράστιας επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που γιγαντώθηκαν παράλληλα με την ανάπτυξη του internet [3]. Ένας δεύτερος

τομέας κριτικής είναι η αδυναμία ελέγχου και αποκλεισμού εγκληματικών στοιχείων, των οποίων η δράση διευκολύνεται λόγω της εκμετάλλευσης διαδικτυακών υποδομών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι μέθοδοι στρατολόγησης που χρησιμοποιούν με μεγάλη επιτυχία σήμερα διάφορες τρομοκρατικές οργανώσεις αλλά και οι κατηγορίες περί διοχέτευσης και εκμετάλλευσης “μαύρου” χρήματος μέσω των “εικονικών” νομισμάτων (bitcoin κλπ.) [4]. Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι το διαδίκτυο σήμερα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ανθρώπινης καθημερινότητας και θα πρέπει να συμβιβαστούμε με την κατάσταση αυτή, με τα θετικά και τα αρνητικά της. Εξάλλου, σε αντίθετη περίπτωση θα ήταν πιθανό να πέσει κανείς στη γνωστή παγίδα του αναθεματισμού των εργαλείων και όχι αυτών που τελούν αξιόποινες πράξεις.

2 Ευκαιρίες που το διαδίκτυο προσφέρει σε επαγγελματίες και εταιρείες

Έχοντας γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας, το διαδίκτυο σήμερα δημιουργεί μία τεράστια ευκαιρία για προβολή του ονόματος και των προϊόντων/υπηρεσιών μιας επιχείρησης αλλά και των υπηρεσιών που προσφέρει μια σειρά ιδιωτικών επαγγελματιών. Μια επιχείρηση μπορεί να προβληθεί στο διαδίκτυο μέσω ιστοσελίδας, μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος, μέσω διαφήμισης σε μηχανές αναζήτησης και σε άλλες ιστοσελίδες (διαφήμιση στις μηχανές αναζήτησης, banner, textlink, χορηγία), μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (newsletter). Εσχάτως, ιδιαίτερο βάρος πέφτει και στην προβολή εταιρειών και επαγγελματιών μέσω των δικών τους σελίδων σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου συχνά η διαφημιστική προβολή συνδυάζεται και με άλλου τύπου προωθητικές ενέργειες (προσφορές, διαγωνισμοί κλπ.) προς τους καταναλωτές – χρήστες. Είναι ιδιαίτερα χαρακτηριστικό δε το γεγονός ότι κατά την απαρχή της εμφάνισης των κοινωνικών δικτύων, πολλές επιχειρήσεις, με το φόβο ότι οι εργαζόμενοι θα έχαναν πολύ χρόνο σερφάροντας άσκοπα, προσπάθησαν να ελέγξουν την πρόσβασή τους σε αυτά [5]. Παρόλα αυτά, καθώς τα κοινωνικά δίκτυα γινόντουσαν όλο και περισσότερο δημοφιλή, οι υπεύθυνοι διαπίστωσαν ότι παρότι ορισμένοι εργαζόμενοι όντως σέρφαραν άσκοπα, αρκετοί εξ' αυτών ανακάλυψαν τρόπους να αξιοποιήσουν τη δύναμη του Internet ώστε να βελτιώσουν τη δουλειά τους. Ως αποτέλεσμα, το διαδίκτυο γρήγορα εξελίχθηκε σε πολύτιμη πηγή πληροφοριών, εξαιρετικό εργαλείο έρευνας και μέσο παρακολούθησης του ανταγωνισμού.

Το Internet Marketing αποτελεί ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο της επιστήμης του marketing, πράγμα απόλυτα φυσιολογικό αν αναλογιστεί κανείς το χρόνο που σήμερα περνά ο καταναλωτής στο διαδίκτυο και η δυνατότητα συνδυασμού αναζητήσεων που αυτό του προσφέρει. Είναι πλέον γεγονός ότι οι αποφάσεις των πελατών για τις αγορές τους επηρεάζονται κατά κύριο λόγο από αναζητήσεις και συζητήσεις στο χώρο του διαδικτύου. Είναι φυσιολογικό να θέλει κανείς να προβεί σε μια σχετική έρευνα προτού πραγματοποιήσει οποιαδήποτε αγορά, και το πλέον ισχυρό και δωρεάν μέσο που του προσφέρει απλόχερα αυτή τη δυνατότητα, είναι το διαδίκτυο. Εκτός από τις κλασσικές μηχανές αναζήτησης, σήμερα έχουν κάνει την εμφάνισή τους και εξειδικευμένες ιστοσελίδες οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να συγκρίνει απευθείας τις τιμές μεταξύ διαφορετικών καταστημάτων για ένα συγκεκριμένο προϊόν που τον ενδιαφέρει (π.χ. Skroutz) [6].

Μια πρόσφατη μελέτη από τη Nielsen και την Google σχετικά με τη χρήση του κινητού για αγορές προϊόντων, διαπιστώθηκε ότι το 84% των αγοραστών χρησιμοποιούν τις συσκευές τους για να αποφασίσουν τι θα αγοράσουν, ακόμα και τη στιγμή που βρίσκονται στο κατάστημα [7]. Αυτό είναι ένα πολύ απλό παράδειγμα που αποδεικνύει ακράδαντα τη σημασία της ύπαρξης μιας αποτελεσματικής διαδικτυακής παρουσίας για τις διάφορες επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως αντικειμένου. Ιδιαίτερα για τις μικρές επιχειρήσεις, η εξασφάλιση μιας αξιοπρεπούς παρουσίας και προβολής στο χώρο του διαδικτύου αποτελεί

σημαντική προτεραιότητα, δεδομένου ότι είναι μια επιλογή σχετικά χαμηλού κόστους που μπορεί να εξασφαλίσει την προβολή της επιχείρησης σε ένα ευρύτατο κοινό όλων των ηλικιών και ενδιαφερόντων ακόμα και σε περιοχές εξαιρετικά απομακρυσμένες από τον τόπο δραστηριότητας της εταιρείας. Ακόμα περισσότερο, η προβολή αυτή είναι δυνατή 24 ώρες το 24ωρο, πολύ γρήγορα και με δυνατότητα άμεσης ανανέωσης του περιεχομένου σε πολύ λίγα βήματα. Με άλλα λόγια, το διαδίκτυο είναι από τους κυριότερους παράγοντες που ενισχύουν την εξωστρέφεια μιας επιχείρησης σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της [8].

Είναι επομένως γενικότερα αποδεκτό ότι η προβολή μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο στη σημερινή εποχή αποτελεί κομβικό σημείο σε ότι αφορά τις στρατηγικές επιτυχίας, προσέγγισης νέων πελατών και διεξόδου σε νέες αγορές ή διαφορετικές κατηγορίες του καταναλωτικού κοινού. Στα πλαίσια αυτά, για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε ο διαδικτυακός ιστότοπος μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον τομέα της εμπορίας αναλώσιμων ιατρικών ειδών. Στόχο της εταιρείας αποτελεί ακριβώς η επιθυμία να αξιοποιηθεί το διαδίκτυο ως ένα μέσο που θα της προσφέρει τη δυνατότητα να κάνει περισσότερο γνωστά τα προϊόντα της. Στα επόμενα κεφάλαια περιγράφεται συνοπτικά η δραστηριότητα της συγκεκριμένης επιχείρησης και αναφέρονται οι επί μέρους απαιτήσεις σε ότι αφορά το σχεδιασμό της ιστοσελίδας. Επίσης γίνεται αναφορά στο περιβάλλον σχεδιασμού διαδικτυακών ιστοτόπων Wordpress, το οποίο αξιοποιήθηκε για το συγκεκριμένο σκοπό. Τέλος, παρατίθενται αναλυτικά τα βήματα που έγιναν για το σχεδιασμό του συγκεκριμένου website και δίνεται μια εικόνα της τελικής του μορφής.

3 Εταιρεία Iasimed

3.1 Δραστηριότητες της εταιρείας

Η εταιρεία Iasimed δραστηριοποιείται τα τελευταία επτά περίπου χρόνια στον τομέα της εμπορίας και διακίνησης ιατροτεχνολογικών προϊόντων, κυρίως για έγχυση φαρμάκων, με εξειδίκευση στη θεραπεία αποσιδήρωσης πασχόντων από Μεσογειακή Αναιμία. Τα κυριότερα προϊόντα που η εταιρεία εμπορεύεται και για τα οποία θα επιχειρηθεί με την κατασκευή του website η εξασφάλιση μεγαλύτερης προβολής και διαφήμισης, είναι τα παρακάτω:

- Αντλίες έγχυσης φαρμακευτικών σκευασμάτων
- Καθετήρες για την τοποθέτηση των αντλιών στον ασθενή
- Καθετήρες ειδικά σχεδιασμένους για χρήση από ασθενείς με παθήσεις του ουροποιητικού συστήματος

Η εταιρεία έχει συμμετάσχει στο παρελθόν σε πλήθος εκθέσεων και συνεδριακών εκδηλώσεων με στόχο την ευρύτερη προβολή της στο καταναλωτικό κοινό. Διαθέτει επίσης ενεργό διαδικτυακό ιστότοπο, τον οποίο θα επιθυμούσε να εξελίξει και να ανασχεδιάσει προκειμένου να αποκτήσει μια πιο δυναμική παρουσία στο χώρο του internet. Ο ανασχεδιασμό του ιστοτόπου αυτού είναι ουσιαστικά και το αντικείμενο της παρούσας εργασίας.

3.2 Απαιτήσεις εταιρείας σχετικά με τον διαδικτυακό ιστότοπο

Οι απαιτήσεις της εταιρείας από το σχεδιασμό και την κατασκευή του ιστότοπου συνοψίζονται στα παρακάτω:

- Δυνατότητα ξεχωριστής προβολής καθενός από τα διαθέσιμα προϊόντα με τρόπο σαφή και ευανάγνωστο. Η προβολή θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και την ενσωμάτωση φωτογραφιών των προϊόντων αλλά και video όπου αναλύεται περισσότερο η χρήση τους. Τα video αυτά απευθύνονται περισσότερο στους χρήστες των προϊόντων (ασθενείς) αλλά και στους επαγγελματίες του χώρου της υγείας (ιατρούς, νοσοκόμους) που είναι υπεύθυνοι για τη φροντίδα τους.
- Δυνατότητα διαφήμισης των οίκων του εξωτερικού με τους οποίους η εταιρεία συνεργάζεται
- Παράθεση επιστημονικών πληροφοριών σχετικά με τις ασθένειες για την αντιμετώπιση των οποίων έχουν κατασκευαστεί τα προϊόντα που η εταιρεία εμπορεύεται (μεσογειακή αναιμία, δυσλειτουργίες του ουροποιητικού συστήματος).
- Παροχή πληροφοριών προς τους ενδιαφερόμενους για επικοινωνία με τους υπεύθυνους της εταιρείας.

Αν και στον αρχικό σχεδιασμό της εταιρείας ήταν και η κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος, τελικά θεωρήθηκε ότι κάτι τέτοιο θα ήταν ασύμφορο, λόγω του μικρού αριθμού προϊόντων που η εταιρεία εμπορεύεται αλλά και του γεγονότος ότι απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό. Στο Κεφάλαιο 5, δίνονται αναλυτικά όλα τα βήματα μέσα από τα οποία σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε ο ιστότοπος της εταιρείας προκειμένου να καλύπτονται οι απαιτήσεις που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

4 Περιβάλλον εργασίας Wordpress

4.1 Διαθέσιμες πλατφόρμες σχεδίασης και ανάπτυξης ιστοσελίδων

Τα περιβάλλοντα σχεδιασμού ιστοσελίδων τα οποία είναι σήμερα περισσότερο δημοφιλή και χρησιμοποιούνται για το σκοπό αυτό από την πλειοψηφία των χρηστών είναι τα εξής (Σχήμα 1):

- Wordpress [9]
- Joomla [10]
- Drupal [11]



Σχήμα 1: Δημοφιλέστερες πλατφόρμες σχεδίασης και κατασκευής ιστοσελίδων

Όλες οι παραπάνω πλατφόρμες προσφέρουν εξαιρετική ευελιξία και πλήθος δυνατοτήτων στο χρήστη ή το σχεδιαστή, παρόλα αυτά η κάθε πλατφόρμα εμφανίζει διαφορετικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ανάλογα με το επίπεδο προγραμματισμού που απαιτείται και την ευκολία διαχείρισης του περιεχόμενου. Θα πρέπει επίσης να υπογραμμιστεί ότι και οι τρεις αυτές πλατφόρμες είναι ανοιχτού κώδικά, το οποίο αποτελεί μεγάλο πλεονέκτημα διότι επιτρέπει τόσο την ελεύθερη και δωρεάν χρήση τους όσο και την ανάπτυξή τους. Στη συνέχεια επιχειρείται μια πολύ σύντομη σύγκριση μεταξύ των τριών αυτών πακέτων.

Wordpress: Θεωρείται ιδανικό περιβάλλον για πιο αρχάριους χρήστες. Προσφέρει εξαιρετικές δυνατότητες για το σχεδιασμό ιστοσελίδων κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους. Αν και αρχικά απευθυνόταν περισσότερο σε χρήστες που ενδιαφερόταν για το σχεδιασμό σελίδων με τη μορφή blog, τα τελευταία χρόνια με τη συνεχή ανάπτυξή του και την ενσωμάτωση όλο και περισσότερων εργαλείων αποτελεί δημοφιλή επιλογή για σελίδες κάθε είδους. Υπολογίζεται ότι περίπου το 40% των υφιστάμενων ιστοσελίδων παγκοσμίως έχει σχεδιαστεί με τη συγκεκριμένη πλατφόρμα. Είναι ιδιαίτερα εύκολο στη χρήση και στην εγκατάσταση, διαθέτει πολλές πρόσθετες λειτουργίες και εξαιρετική υποστήριξη λόγω της εκτεταμένης χρήσης του. Παρόλα αυτά, θεωρείται ότι για ιστοσελίδες μεγαλύτερου μεγέθους η αξιοποίηση εναλλακτικών εργαλείων ίσως είναι περισσότερο αποδοτική.

Joomla: Το συγκεκριμένο περιβάλλον θεωρείται περισσότερο προσανατολισμένο σε σελίδες με εμπορική δραστηριότητα όπου απαιτείται και η ενσωμάτωση ηλεκτρονικού καταστήματος. Ειδικά στον τομέα σχεδιασμού σελίδων με ηλεκτρονικό κατάστημα, η πλατφόρμα αυτή θεωρείται ότι προσφέρει τις περισσότερες δυνατότητες. Παρόλα αυτά, το περιβάλλον του Joomla δεν είναι το ίδιο φιλικό προς αρχάριους χρήστες όπως το Wordpress, καθώς απαιτεί βασικές γνώσεις προγραμματισμού από την πλευρά του σχεδιαστή. Διαθέτει όμως και αυτό πολλές πρόσθετες λειτουργίες που διευκολύνουν τη διαδικασία σχεδιασμού ενώ και η υποστήριξη είναι επίσης σε εξαιρετικά επίπεδα.

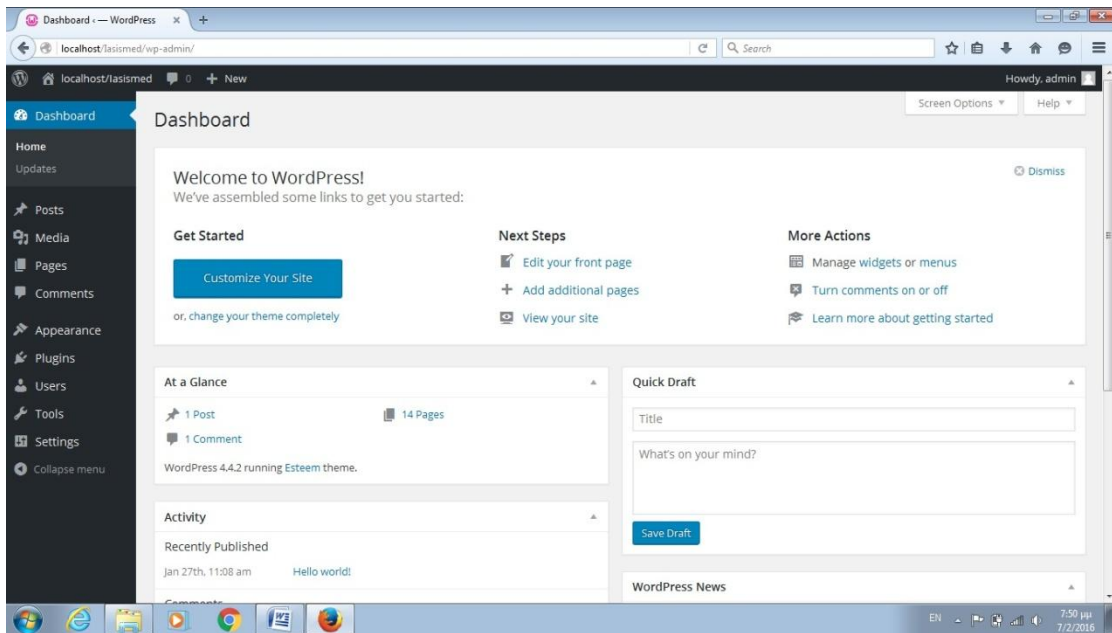
Drupal: Η συγκεκριμένη πλατφόρμα σχεδίασης θεωρείται ότι προσφέρει τις περισσότερες δυνατότητες στους σχεδιαστές, ειδικά σε ότι αφορά σελίδες στις οποίες η διαχείριση μεγάλου όγκου δεδομένων είναι αναγκαία. Ταυτόχρονα όμως, το περιβάλλον αυτό απαιτεί και έμπειρο και καταρτισμένο σχεδιαστή με ιδιαίτερες τεχνικές και προγραμματιστικές γνώσεις. Για το λόγο αυτό θεωρείται ως η πιο δύσκολη επιλογή στο θέμα του σχεδιασμού, ανάπτυξης και διαχείρισης ιστοσελίδων. Πολύ σημαντικό πλεονέκτημα είναι όμως το γεγονός ότι σε σχέση με τις υπόλοιπες επιλογές καταναλώνει λιγότερους πόρους από το σύστημα και για το λόγο αυτό προσφέρει πολύ περισσότερες δυνατότητες στο θέμα φιλοξενίας (hosting) της σελίδας.

Όπως αναφέρθηκε στα προηγούμενα, για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκε το περιβάλλον σχεδιασμού Wordpress. Στην επόμενη ενότητα δίνεται εν συντομία η δομή του περιβάλλοντος αυτού και αναλύονται οι δυνατότητες που προσφέρει στο θέμα του σχεδιασμού.

4.2 Βασική δομή του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress

Στο Σχήμα 2 που ακολουθεί δίνεται μια απεικόνιση της αρχικής σελίδας (Dashboard) του περιβάλλοντος του Wordpress, όπως αυτή φαίνεται κατά την εισαγωγή του χρήστη στην πλατφόρμα. Μία από τις μεγάλες ευκολίες του Wordpress είναι ότι μέσα από τις καρτέλες που απεικονίζονται στο αριστερό τμήμα της οθόνης ο χρήστης έχει ταχύτατη και άμεση πρόσβαση σε όλες σχεδόν τις λειτουργίες της πλατφόρμας και για το λόγο αυτό μπορεί μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα να παραμετροποιήσει τη σελίδα που σχεδιάζει ανάλογα με τις εκάστοτε απαιτήσεις. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι βασικές δομικές μονάδες που απαρτίζουν μια σελίδα σχεδιασμένη στο Wordpress, όπως θα φανεί και στη συνέχεια, διακρίνονται σε δύο κυρίως κατηγορίες:

- Αναρτήσεις (Posts): Αποτελούν τμήμα της σελίδας που προβάλλεται με χρονολογική σειρά. Χρησιμοποιούνται περισσότερο σε περίπτωση σχεδιασμού ενός blog.
- Σελίδες (Pages): Αποτελούν στατικό περιεχόμενο. Χρησιμοποιούνται κυρίως για την προβολή υλικού το οποίο δεν αλλάζει ή αλλάζει πολύ σπάνια.

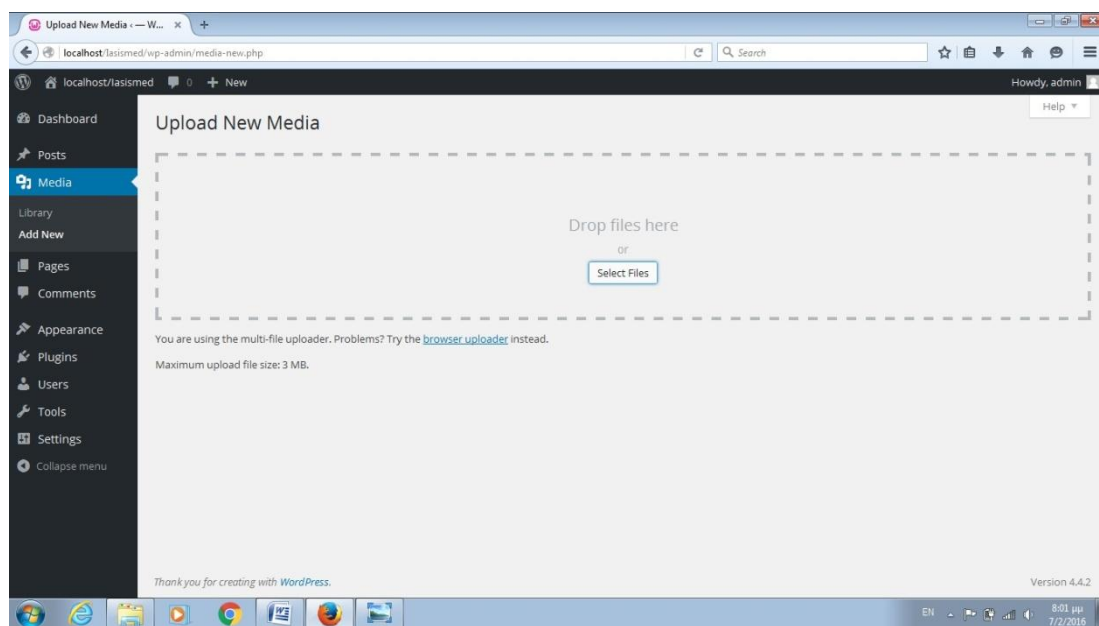


Σχήμα 2: Αρχική σελίδα (Dashboard) του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress

Ακολούθως αναλύονται εν συντομία οι διαφορετικές επιλογές σχεδιασμού που είναι διαθέσιμες μέσω των καρτελών στο αριστερό τμήμα της πλατφόρμας.

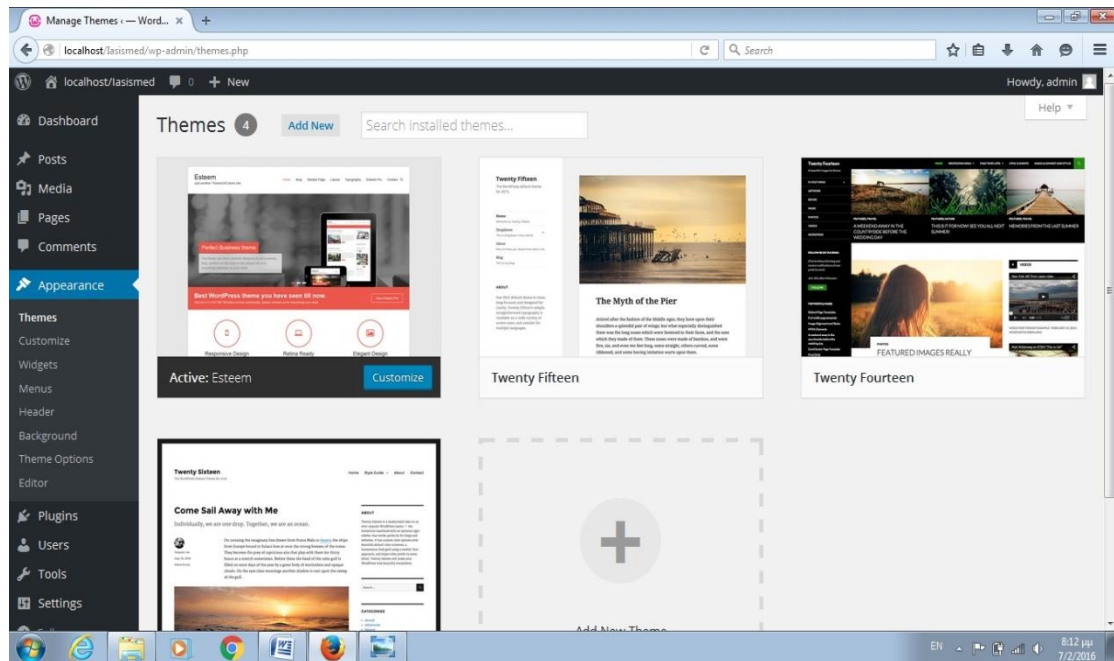
Posts: Εδώ ο χρήστης μπορεί να προσθέσει νέες αναρτήσεις, να διαγράψει ή να αλλάξει παλαιότερες αναρτήσεις καθώς επίσης και να διαχειριστεί το σύνολο των αναρτήσεών του.

Media: Μέσω αυτής της καρτέλας ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να ανεβάσει στην πλατφόρμα φωτογραφίες ή αρχεία video, τα οποία μπορεί στη συνέχεια να ενσωματώσει και στη σελίδα του. Αυτό μπορεί να γίνει είτε για αρχεία αποθηκευμένα στον υπολογιστή του χρήστη είτε για αρχεία που είναι διαθέσιμα online (Σχήμα 3).



Σχήμα 3: Καρτέλα media του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress

Pages: Εδώ ο χρήστης μπορεί να προσθέσει νέες σελίδες, να διαγράψει ή να αλλάξει παλαιότερες καθώς επίσης και να διαχειριστεί το σύνολο των σελίδων που έχει δημιουργήσει. Αυτά τα δεδομένα μπορεί στη συνέχεια να τα χρησιμοποιήσει για να κατασκευάσει ένα ή περισσότερα μενού για τη σελίδα, όπως θα φανεί παρακάτω.



Σχήμα 4: Καρτέλα Appearance του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress

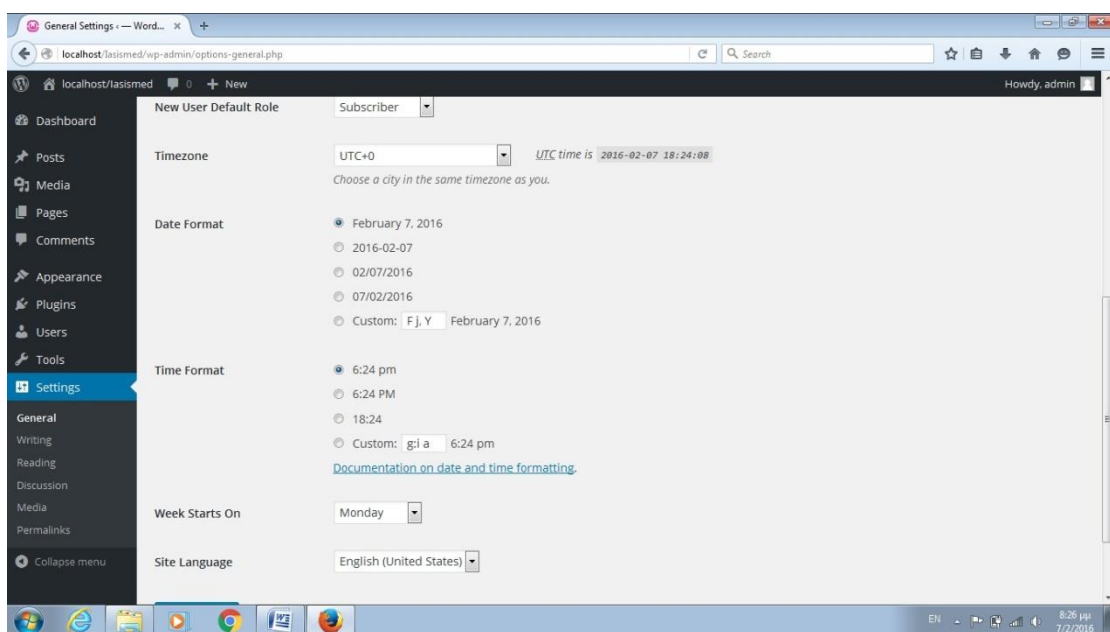
Appearance: Είναι η σημαντικότερη καρτέλα σε ότι αφορά την εμφάνιση της ιστοσελίδας (Σχήμα 4), καθώς ο χρήστης μπορεί από εδώ να έχει πρόσβαση στις παρακάτω παραμέτρους:

- Το template που θα χρησιμοποιήσει για το στήσιμο της σελίδας
- Τα χρώματα που θα εμφανίζονται στην κεντρική σελίδα και το background της σελίδας
- Τα λογότυπα που πιθανόν θέλει να προσθέσει τόσο στην κεντρική σελίδα όσο και στο background αυτής
- Τα μενού που θέλει να δημιουργήσει και που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την τελική εμφάνιση της σελίδας, καθώς ρυθμίζουν τον τρόπο πλοήγησης ενός εξωτερικού χρήστη όταν αυτό επισκεφθεί την ιστοσελίδα
- Την προσθήκη δευτερευουσών δυνατοτήτων (π.χ. Αναζήτηση, Ημερολόγιο κλπ.) στο αριστερό ή δεξί μέρος της σελίδας
- Τη διαχείριση της αρχικής σελίδας (δυναμική ή στατική)

Plugins: Εδώ ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει κάποια από τα πρόσθετα που είναι διαθέσιμα στο template που ήδη χρησιμοποιεί ή να ενσωματώσει άλλα πρόσθετα που μπορεί να βρει στο διαδίκτυο.

Users: Στην καρτέλα αυτή ο χρήστης μπορεί να καθορίσει τα δικαιώματα πρόσβασης άλλων χρηστών της πλατφόρμας στη σελίδα που σχεδιάζει τη δεδομένη στιγμή.

Settings: Στην καρτέλα αυτή ο χρήστης έχει πρόσβαση σε μια σειρά από διαφορετικές ρυθμίσεις, όπως είναι η γλώσσα που χρησιμοποιείται στο περιβάλλον της πλατφόρμας, η εμφάνιση ώρας και ημερομηνίας, η ρύθμιση της διαδικασίας ενσωμάτωσης αρχείων φωτογραφίας ή video στη σελίδα κλπ. (Σχήμα 5).



Σχήμα 5: Επιλογές καρτέλας Settings του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress

5 Σχεδιασμός του διαδικτυακού ιστότοπου www.iasismed.com

5.1 Offline σχεδιασμός (Wamp Server)

Ο πιο απλός τρόπος για την υλοποίηση ενός website σε περιβάλλον Wordpress είναι μέσω του πακέτου hosting το οποίο χρησιμοποιείται για την φιλοξενία του. Οι περισσότεροι πάροχοι πακέτων hosting προσφέρουν πλέον τη δυνατότητα σχεδιασμού και κατασκευής ενός ιστότοπου online με αξιοποίηση των εργαλείων του Wordpress, ακόμα και στα βασικά πακέτα φιλοξενίας με πολύ μικρό κόστος.

Στην προκειμένη περίπτωση, για λόγους ευκολίας αποφασίστηκε ο σχεδιασμός να γίνει offline έτσι ώστε όλες οι απαραίτητες παραμετροποιήσεις πριν την τελική μορφή να μπορούν να γίνουν γρήγορα και εύκολα. Για την εκτέλεση του Wordpress σε offline λειτουργία απαιτείται η εγκατάσταση τοπικά σε κάποιον υπολογιστή ενός web server ο οποίος να έχει τη δυνατότητα να εκτελεί τη γλώσσα προγραμματισμού PHP και βάσεις δεδομένων τύπου MySQL. Ένας τέτοιος web server είναι ο WAMP, ο οποίος μπορεί να εγκατασταθεί σε περιβάλλον Windows (Σχήματα 6 και 7). Μετά την εγκατάσταση του WAMP και του Wordpress, ο σχεδιασμός του website μπορεί να προχωρήσει ακριβώς με την ίδια διαδικασία που θα γινόταν και σε έναν online server [12].



Σχήμα 6: Website του web server WAMP



Σχήμα 7: Περιβάλλον του web server WAMP

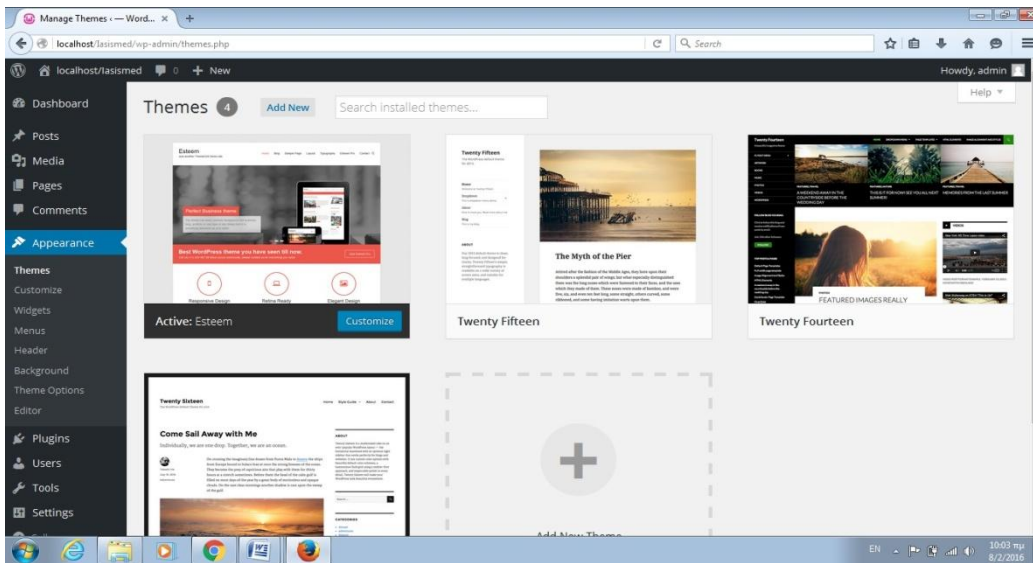
Όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα, μαζί με την εγκατάσταση του web server WAMP πρέπει να γίνει και η εγκατάσταση του περιβάλλοντος εργασίας Wordpress. Αυτό γίνεται κατεβάζοντας το αντίστοιχο αρχείο εγκατάστασης και εκτελώντας το. Μετά από μερικές ρυθμίσεις το περιβάλλον του Wordpress έχει εγκατασταθεί με επιτυχία και μπορεί να ξεκινήσει ο σχεδιασμός του website (Σχήμα 8).

The image shows the WordPress installation screen for database configuration. At the top is the WordPress logo. Below it, a message says: 'Below you should enter your database connection details. If you're not sure about these, contact your host.' There are five rows of input fields with labels and descriptions: 'Database Name' with 'test_db', 'User Name' with 'root', 'Password' (empty), 'Database Host' with 'localhost', and 'Table Prefix' with 'wp_'. A 'Submit' button is at the bottom left.

Σχήμα 8: Ρύθμιση εγκατάστασης Wordpress

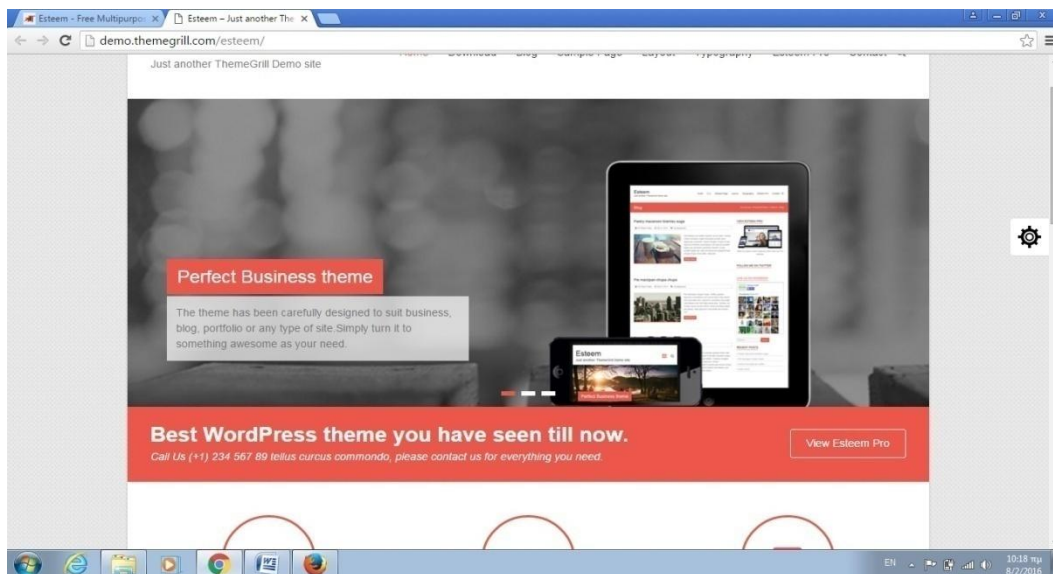
5.2 Template που χρησιμοποιήθηκε

Μία από τις μεγάλες ευκολίες του περιβάλλοντος Wordpress, που το έχει κάνει εξαιρετικά δημοφιλές ακόμα και σε αρχάριους χρήστες, είναι η ύπαρξη πολύ μεγάλης ποικιλίας δωρεάν διαθέσιμων templates τα οποία μπορούν να διευκολύνουν σε μεγάλο βαθμό τη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης ενός ιστότοπου. Η πρόσβαση στα διάφορα templates είναι εύκολη και γίνεται μέσα από το περιβάλλον εργασίας του Wordpress και πιο συγκεκριμένα την επιλογή Themes της καρτέλας Appearance (Σχήμα 9).



Σχήμα 9: Επιλογή του επιθυμητού Theme μέσα από το περιβάλλον του Wordpress

Το template που τελικά επιλέχθηκε ήταν το Esteem (Σχήμα 10) λόγω της εύκολης παραμετροποίησης που προσφέρει αλλά και του ότι είναι, ως responsive theme, κατάλληλο για χρήση σε συσκευές διαφορετικών τύπων (desktop, laptop, tablet, κινητά).

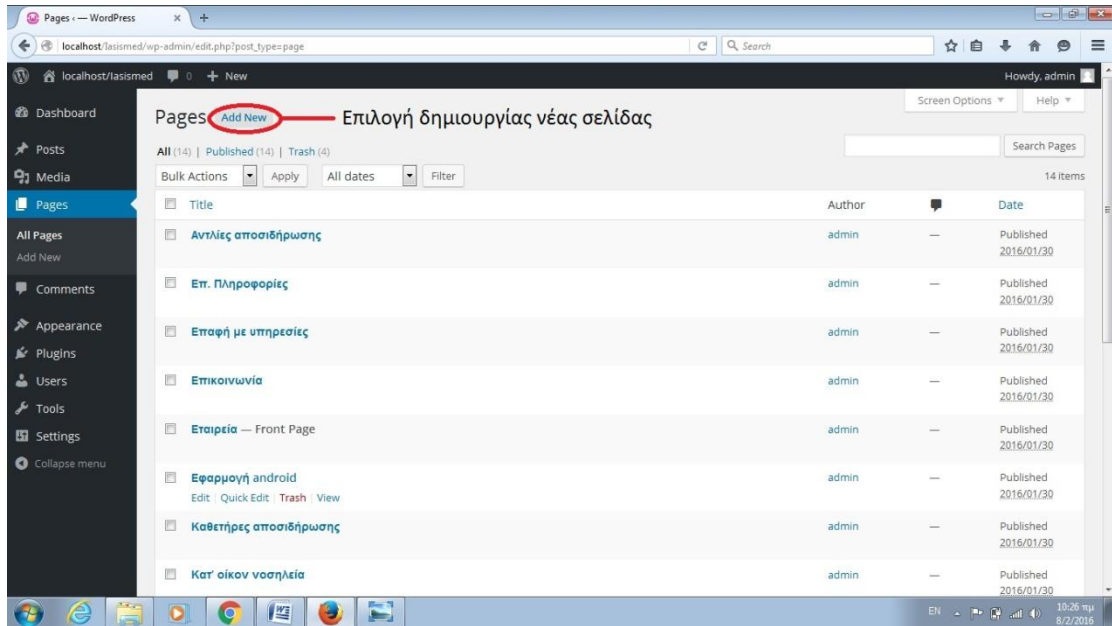


Σχήμα 10: Template Esteem

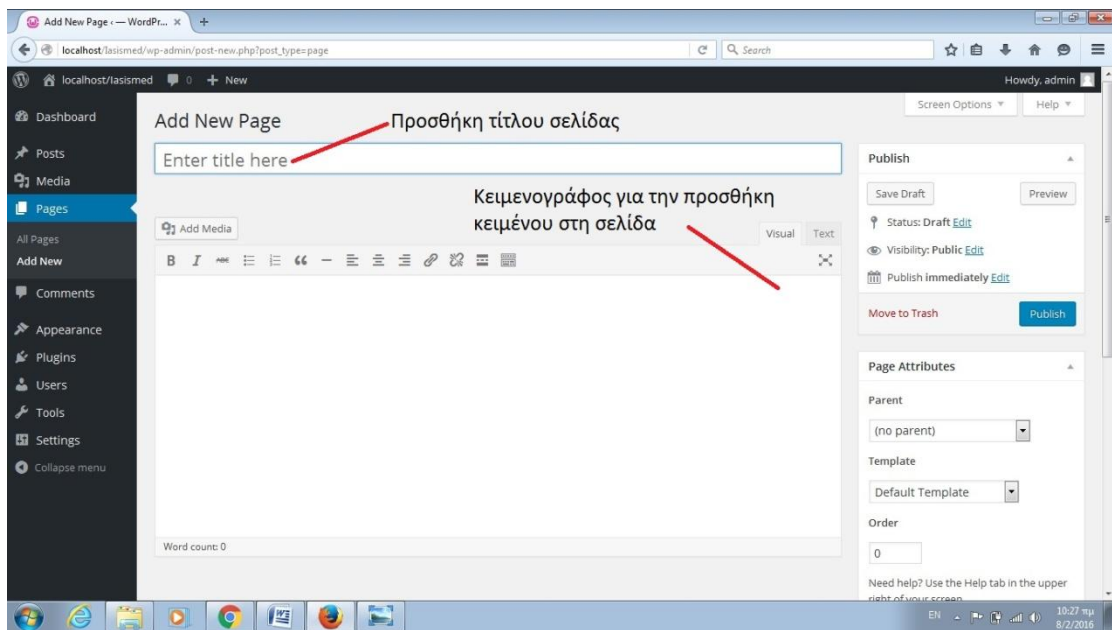
5.3 Υλοποίηση

5.3.1 Δημιουργία Σελίδων (Pages)

Λόγω του ότι το περιεχόμενο της ιστοσελίδας θα είναι κατά βάση στατικό, επιλέχθηκε ο σχεδιασμός να πραγματοποιηθεί χρησιμοποιώντας ως δομικά στοιχεία Σελίδες (Pages) του Wordpress. Η δημιουργία των σελίδων έγινε με βάση την επιθυμητή εικόνα του μενού πλοήγησης, όπως θα φανεί και στη συνέχεια. Η δημιουργία των ξεχωριστών σελίδων γίνεται από την καρτέλα Pages του περιβάλλοντος εργασίας Wordpress (Σχήματα 11, 12).



Σχήμα 11: Δημιουργία νέας σελίδας



Σχήμα 12: Περιβάλλον δημιουργίας νέας σελίδας

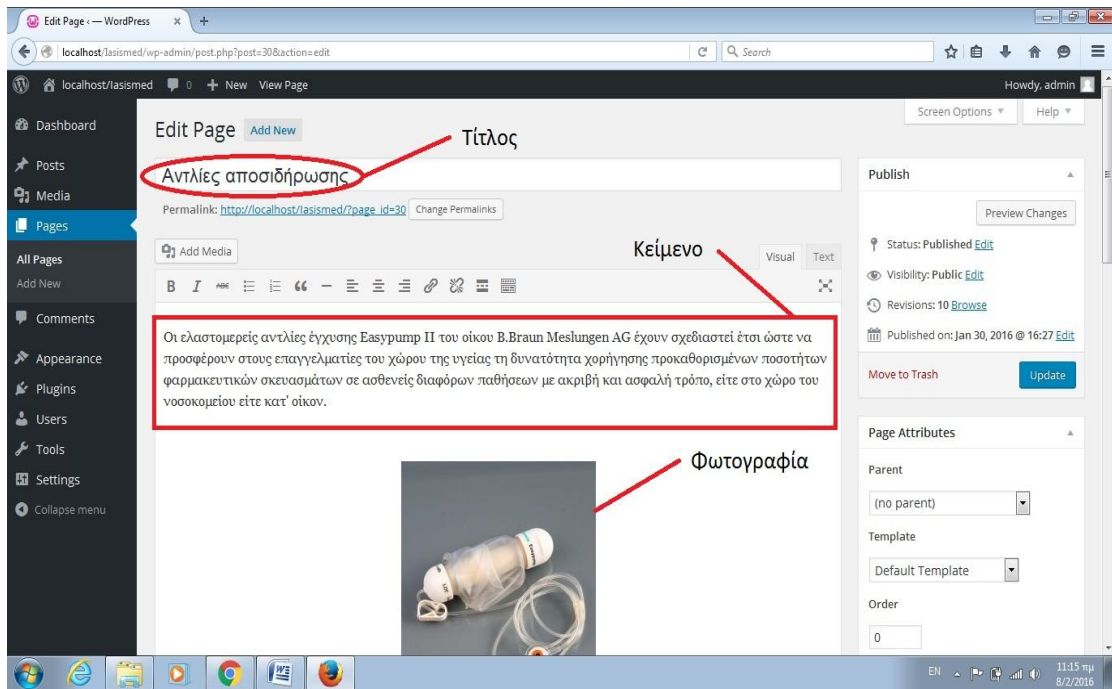
Όπως φαίνεται στο Σχήμα 11, η δημιουργία νέας σελίδας γίνεται από την επιλογή “Add New” στο πάνω μέρος της σελίδας. Ακολούθως ανοίγει νέο παράθυρο (Σχήμα 12), όπου υπάρχουν δύο πεδία. Στο πρώτο πεδίο δίνεται ο τίτλος της σελίδας ενώ στο δεύτερο πεδίο που αποτελεί τον κειμενογράφο του Wordpress μπορεί ο σχεδιαστής να προσθέσει το κείμενο που επιθυμεί και που ουσιαστικά αποτελεί το περιεχόμενο της σελίδας του.

Με βάση τις απαιτήσεις της συγκεκριμένης εφαρμογής που αναφέρθηκαν στην Ενότητα 3, δημιουργήθηκαν οι σελίδες με τα ακόλουθα ονόματα (αλφαβητική αναφορά):

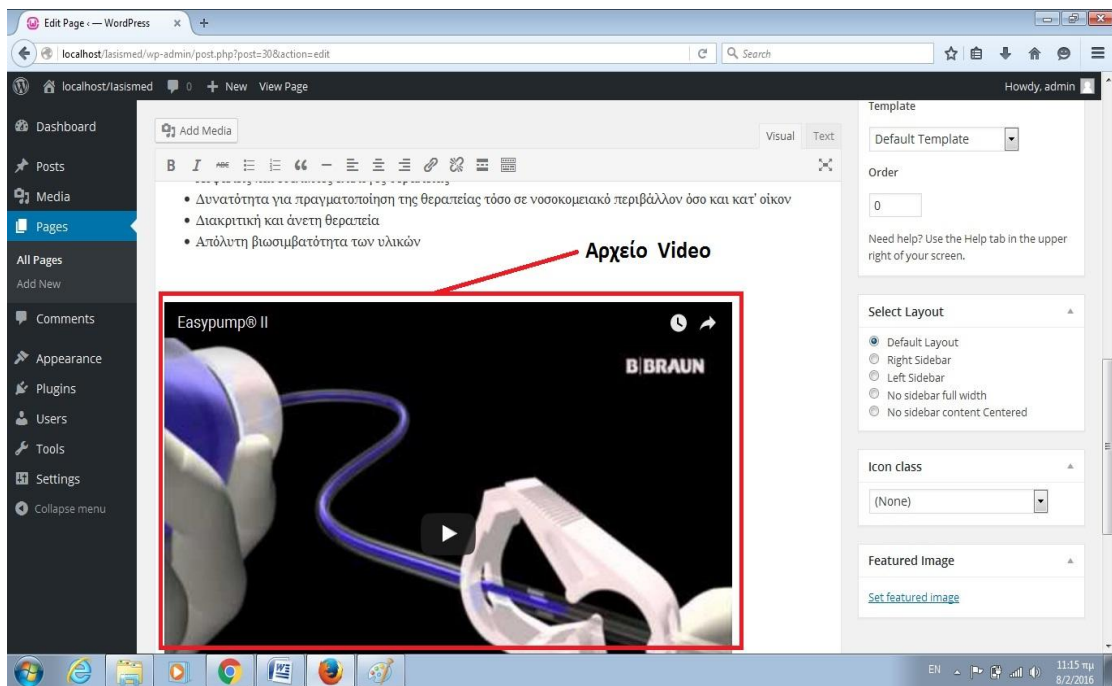
- Αντλίες αποσιδήρωσης
- Επ. πληροφορίες
- Επαφή με υπηρεσίες
- Επικοινωνία
- Εταιρεία
- DesferApp (εφαρμογή Android που διατίθεται δωρεάν από την εταιρεία μέσω Google Play)
- Καθετήρες αποσιδήρωσης
- Κατ’ οίκον νοσηλεία
- Μεσογειακή αναιμία
- Νευρογενής κύστη
- Ουροκαθετήρες
- Προϊόντα
- Συνεργαζόμενοι οίκοι
- Υπηρεσίες

Σε κάθε σελίδα, πέρα από το κείμενο που αυτή μπορεί να περιέχει, μπορούν να προστεθούν και φωτογραφίες ή αρχεία video. Για λόγους συντομίας θα περιγραφεί η κατασκευή μιας μόνο από τις παραπάνω σελίδες, η οποία περιλαμβάνει και τα τρία αυτά στοιχεία (κείμενο, φωτογραφία, video). Πιο συγκεκριμένα η περιγραφή που θα ακολουθήσει αφορά την σελίδα με τίτλο “Αντλίες αποσιδήρωσης”. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι κάποιες από τις παραπάνω σελίδες είναι κενές περιεχομένου και δημιουργήθηκαν μόνο για τη διευκόλυνση υλοποίησης του μενού πλοήγησης.

Στα Σχήματα 13 και 14 δίνεται η απεικόνιση του σχεδιασμού της σελίδας “Αντλίες αποσιδήρωσης”. Όπως φαίνεται στο Σχήμα 13, ο τίτλος έχει προστεθεί στο αντίστοιχο πεδίο, ενώ το κείμενο έχει ενσωματωθεί μέσα στο χώρο του κειμενογράφου.

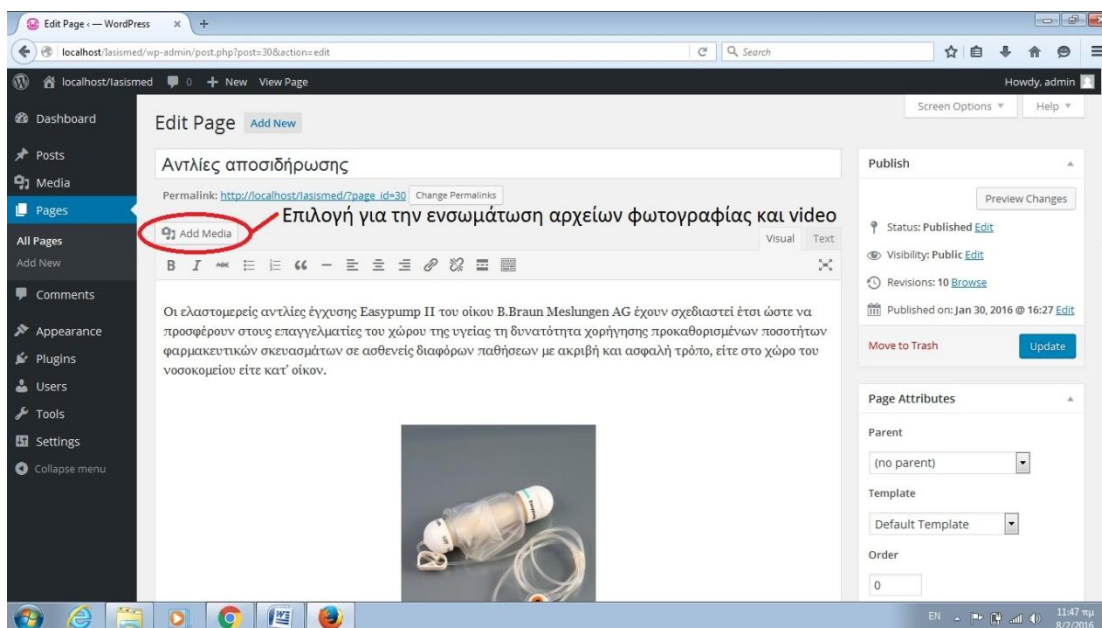


Σχήμα 13: Προσθήκη τίτλου, κειμένου και φωτογραφίας



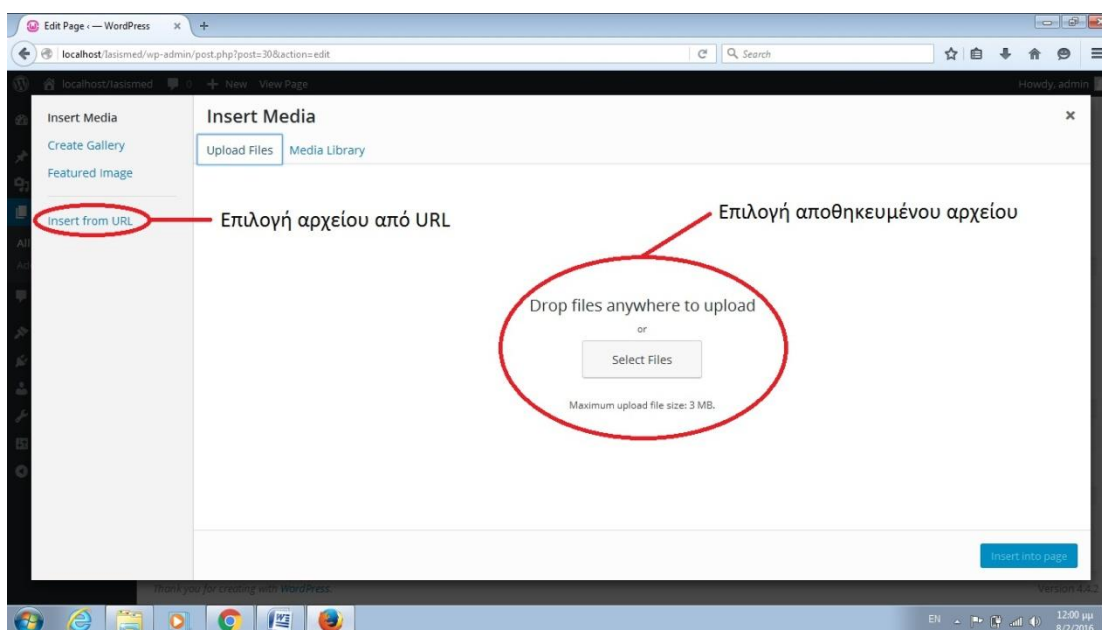
Σχήμα 14: Προσθήκη αρχείου video

Η προσθήκη των αρχείων φωτογραφίας και video είναι ιδιαίτερα εύκολη διαδικασία και γίνεται μέσα στο περιβάλλον δημιουργίας της σελίδας χρησιμοποιώντας την επιλογή “Add Media” (Σχήμα 15).



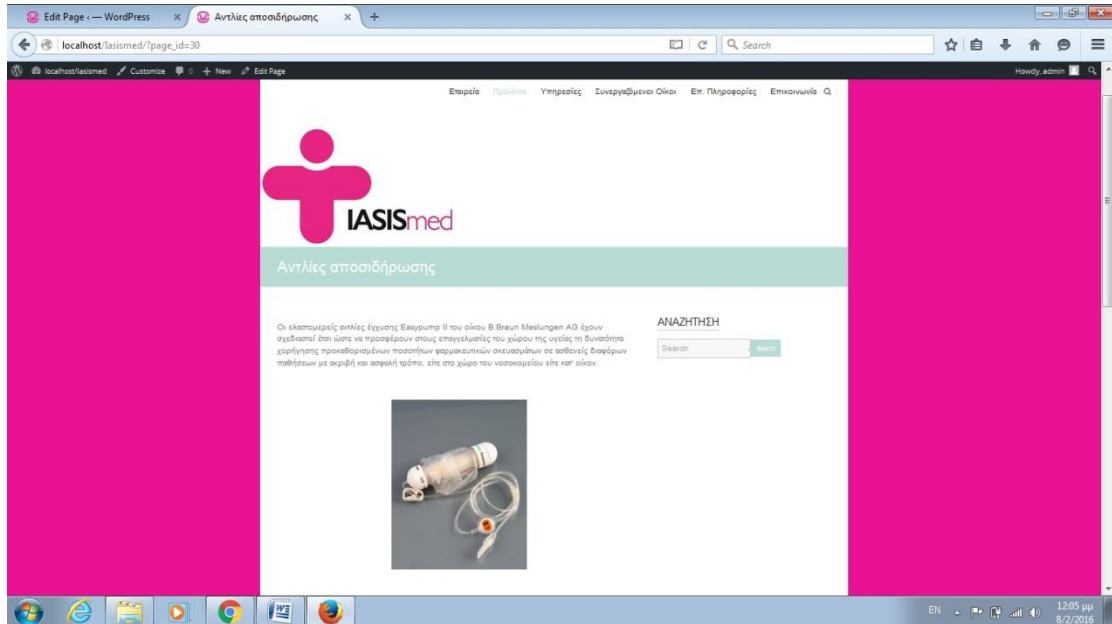
Σχήμα 15: Διαδικασία ενσωμάτωσης αρχείων φωτογραφίας και video

Με την επιλογή “Add Media” ανοίγει ένα νέο παράθυρο εργασίας στο οποίο δίνεται η δυνατότητα να ενσωματωθούν στη σελίδα αρχεία αποθηκευμένα στον υπολογιστή του χρήστη ή αρχεία που είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο (Σχήμα 16).



Σχήμα 16: Εισαγωγή αρχείων media

Στα Σχήματα 17 και 18 απεικονίζεται η τελική μορφή της συγκεκριμένης σελίδας όπως φαίνεται μέσα από τον περιηγητή Mozilla Firefox.



Σχήμα 17: Απεικόνιση της σελίδας στον περιηγητή Mozilla Firefox (α)



Σχήμα 18: Απεικόνιση της σελίδας στον περιηγητή Mozilla Firefox (β)

5.3.2 Δημιουργία μενού πλοήγησης

Η μορφή του μενού πλοήγησης καθορίστηκε μετά από συνεννόηση με τους υπευθύνους της εταιρείας. Η μορφή του μενού πλοήγησης συνοψίζεται στα παρακάτω πεδία:

Εταιρεία (πρόκειται για την αρχική σελίδα που ο χρήστης βλέπει μόλις μπαίνει στον ιστότοπο της εταιρείας)

Προϊόντα (Στο πεδίο αυτό ανοίγει ένα πτυσσόμενο μενού από το οποίο ο χρήστης μπορεί να επιλέξει για ποιο από τα προϊόντα της εταιρείας θα αναζητήσει πληροφορίες)

Αντλίες αποσιδήρωσης (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Προϊόντα”)

Καθετήρες αποσιδήρωσης (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Προϊόντα”)

Ουροκαθετήρες (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Προϊόντα”)

Υπηρεσίες (Στο πεδίο αυτό ανοίγει ένα πτυσσόμενο μενού από το οποίο ο χρήστης μπορεί να επιλέξει για ποια από τις υπηρεσίες της εταιρείας θα αναζητήσει πληροφορίες)

Κατ’ οίκον νοσηλεία (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Υπηρεσίες”)

Επαφή με υπηρεσίες (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Υπηρεσίες”)

DesferApp (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Υπηρεσίες”)

Συνεργαζόμενοι Οίκοι (εδώ αναφέρονται οι οίκοι του εξωτερικού των οποίων τα προϊόντα είναι διαθέσιμα από την εταιρεία)

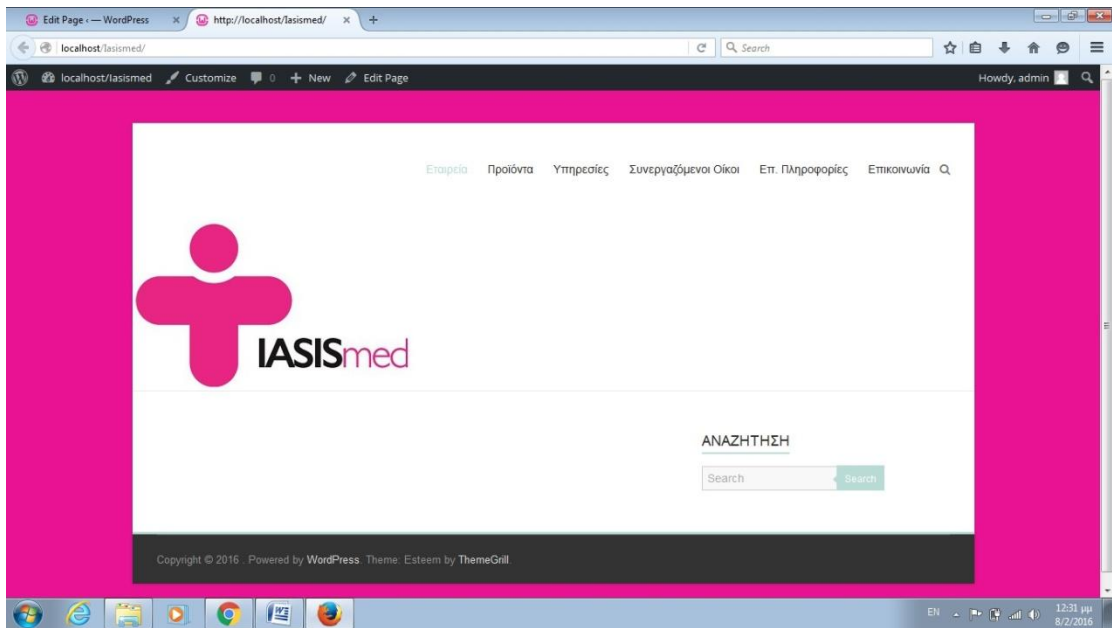
Επ. Πληροφορίες (Στο πεδίο αυτό ανοίγει ένα πτυσσόμενο μενού από το οποίο ο χρήστης μπορεί να αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες για τις ασθένειες για τις οποίες προορίζονται τα προϊόντα της εταιρείας)

Μεσογειακή αναιμία (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Επ. Πληροφορίες”)

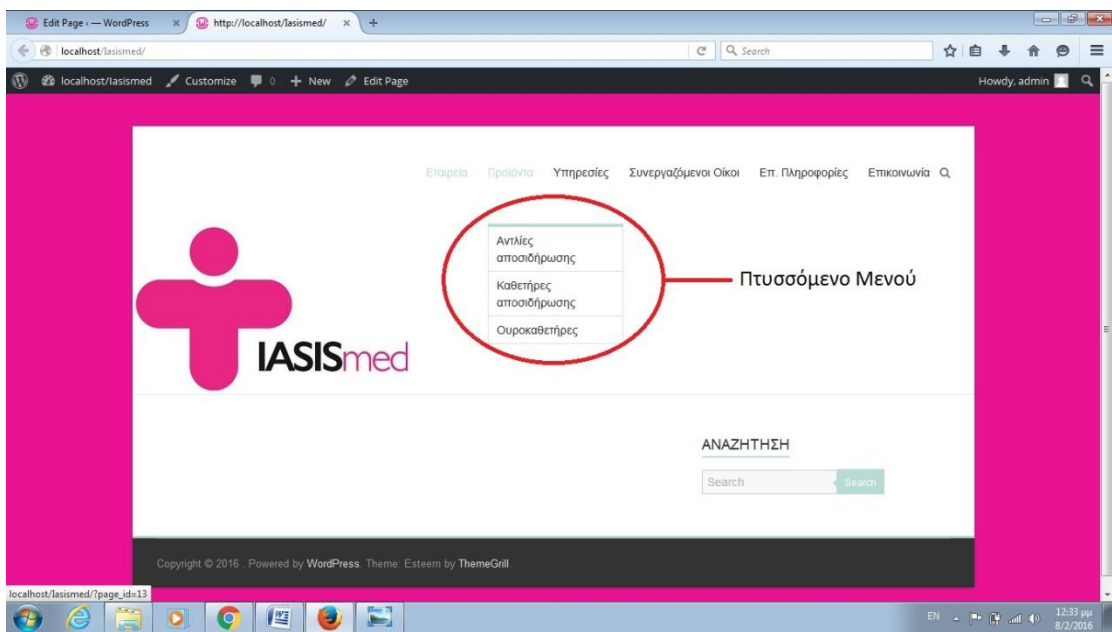
Νευρογενής κύστη (αποτελεί μέρος του πτυσσόμενου μενού “Επ. Πληροφορίες”)

Επικοινωνία (εδώ δίνονται τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας)

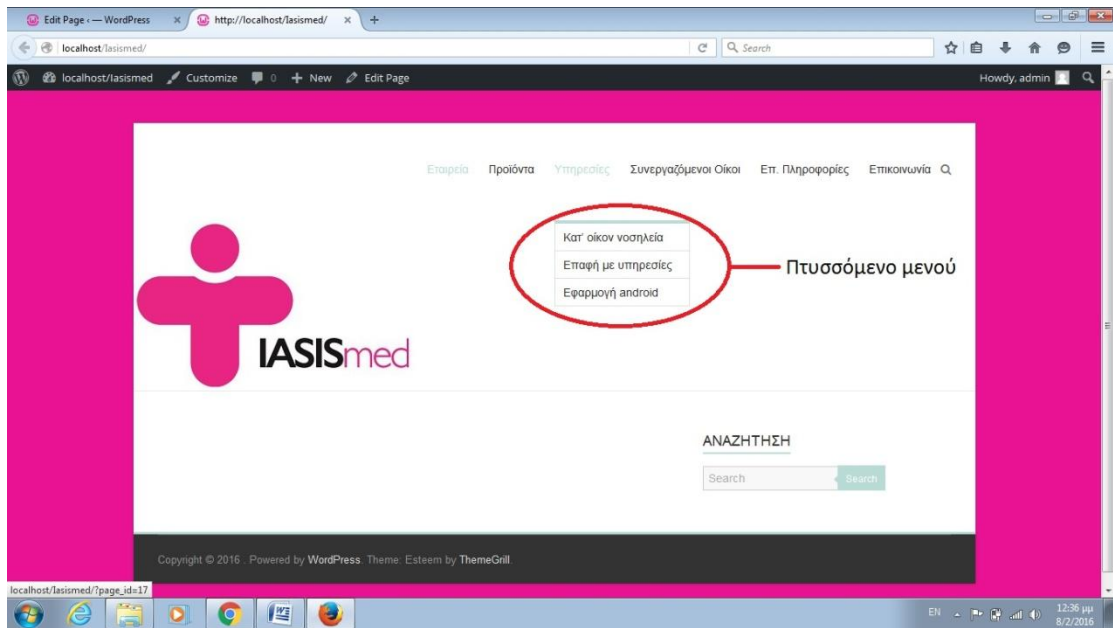
Στα Σχήματα που ακολουθούν δίνονται απεικονίσεις του μενού πλοήγησης.



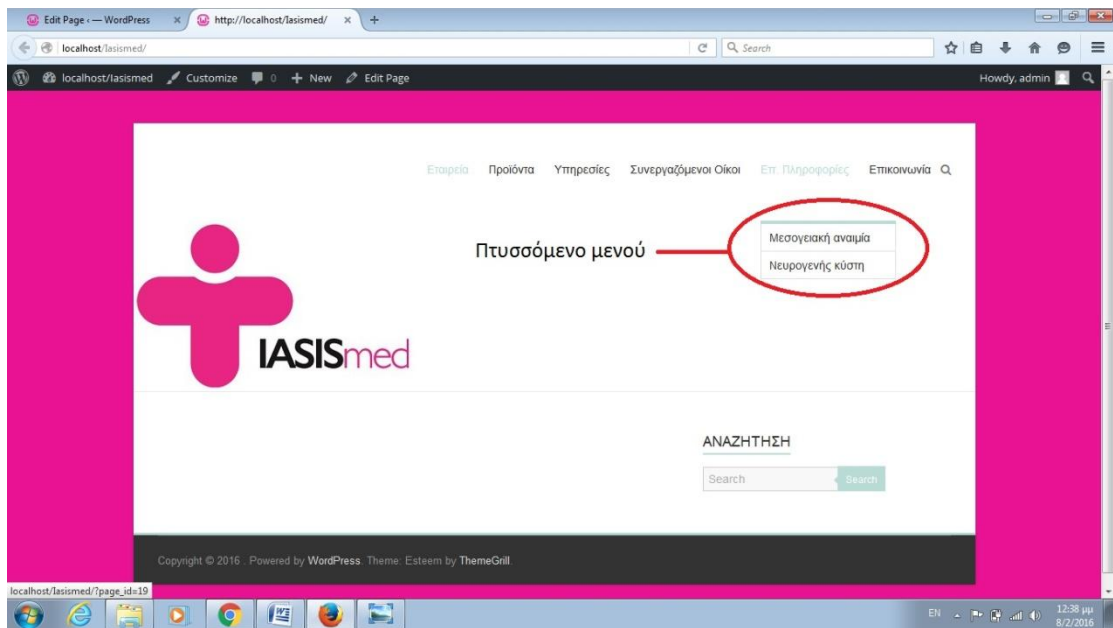
Σχήμα 19: Βασική απεικόνιση του μενού πλοήγησης



Σχήμα 20: Πτυσσόμενου μενού επιλογής “Προϊόντα”

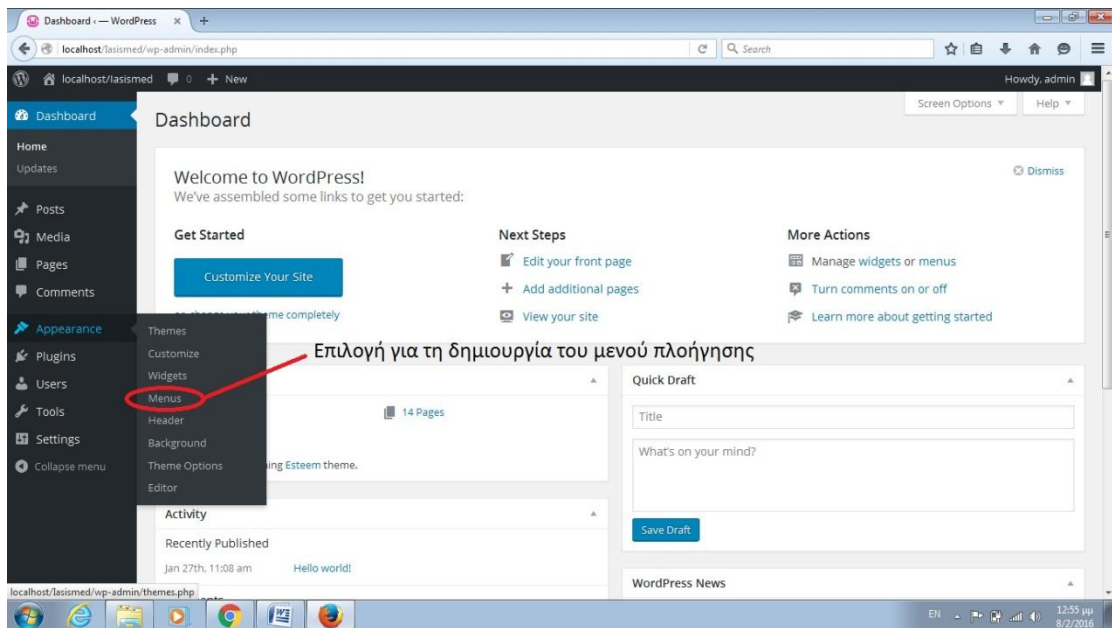


Σχήμα 21: Πτυσσόμενου μενού επιλογής “Υπηρεσίες”

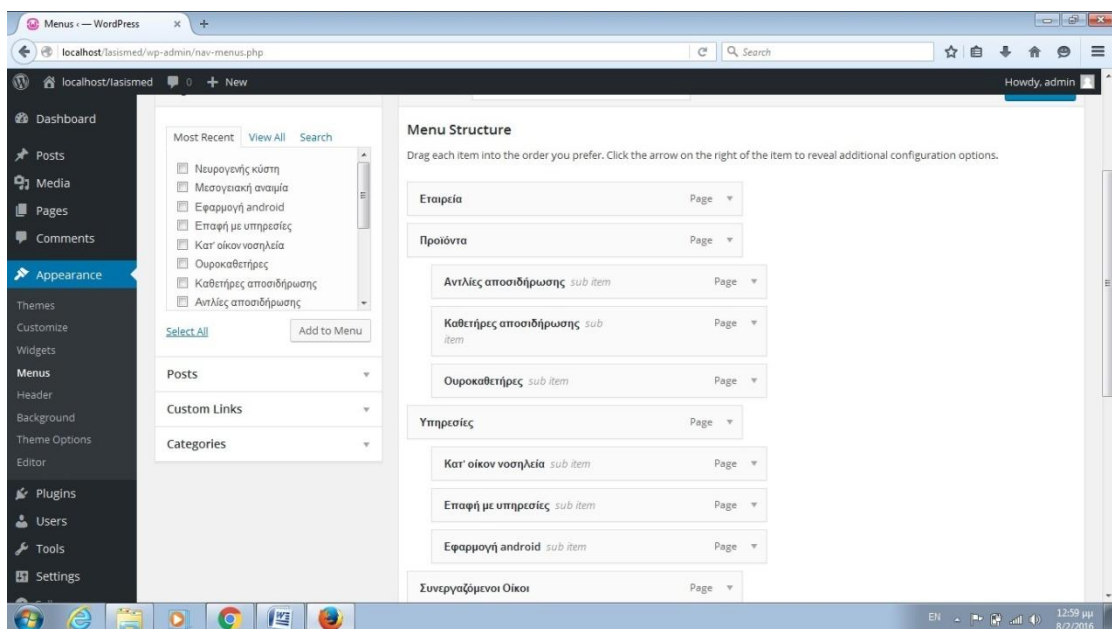


Σχήμα 22: Πτυσσόμενου μενού επιλογής “Επ. Πληροφορίες”

Η δημιουργία του μενού πλοήγησης γίνεται από την επιλογή “Menu” της καρτέλας “Appearance” της αρχικής σελίδας του περιβάλλοντος εργασίας του Wordpress (Σχήμα 23).



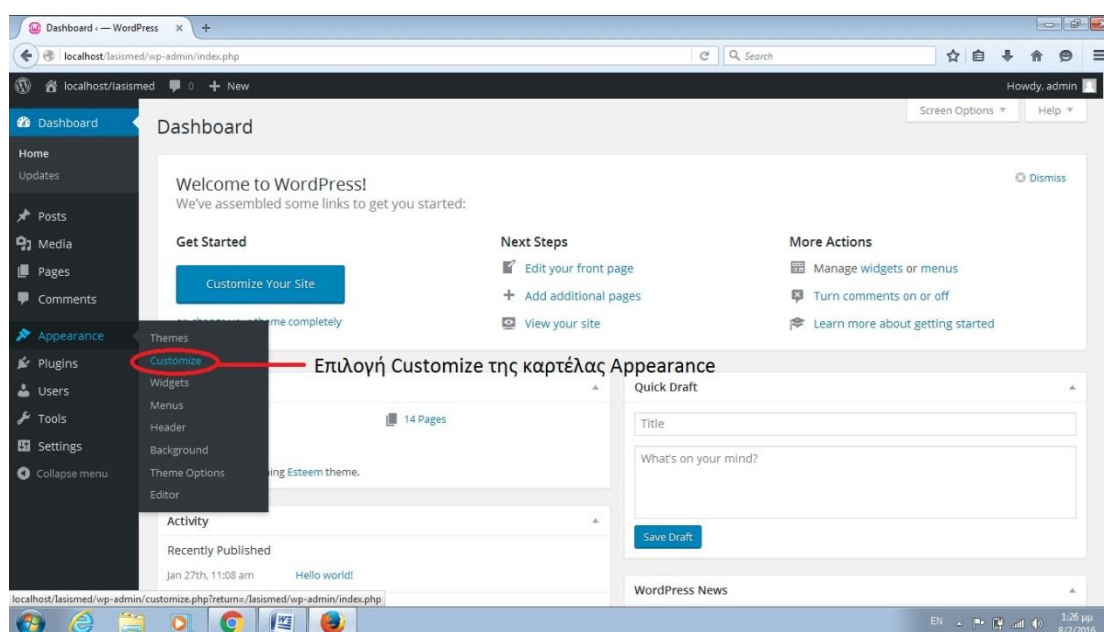
Σχήμα 23: Δημιουργία του μενού πλοήγησης



Σχήμα 24: Διαμόρφωση της περιοχής του μενού πλοήγησης

Στο Σχήμα 24 δίνεται η απεικόνιση της μεθοδολογίας διαμόρφωσης του μενού πλοήγησης. Η δημιουργία του μενού πλοήγησης γίνεται με επιλογή των σελίδων που δημιουργήθηκαν στο προηγούμενο στάδιο από το αριστερό μέρος του περιβάλλοντος εργασίας. Ακολουθώντας στο δεξί τμήμα της οθόνης (πεδίο “Main Structure”) καθορίζεται πλήρως η μορφή του μενού. Οι σελίδες πρώτης προτεραιότητας (π.χ. “Επ. Πληροφορίες”) ορίζονται ως items, ενώ οι σελίδες που αποτελούν τμήμα κάποιου πτυσσόμενου μενού (π.χ. “Αντλίες αποσιδήρωσης”) ορίζονται ως sub-items.

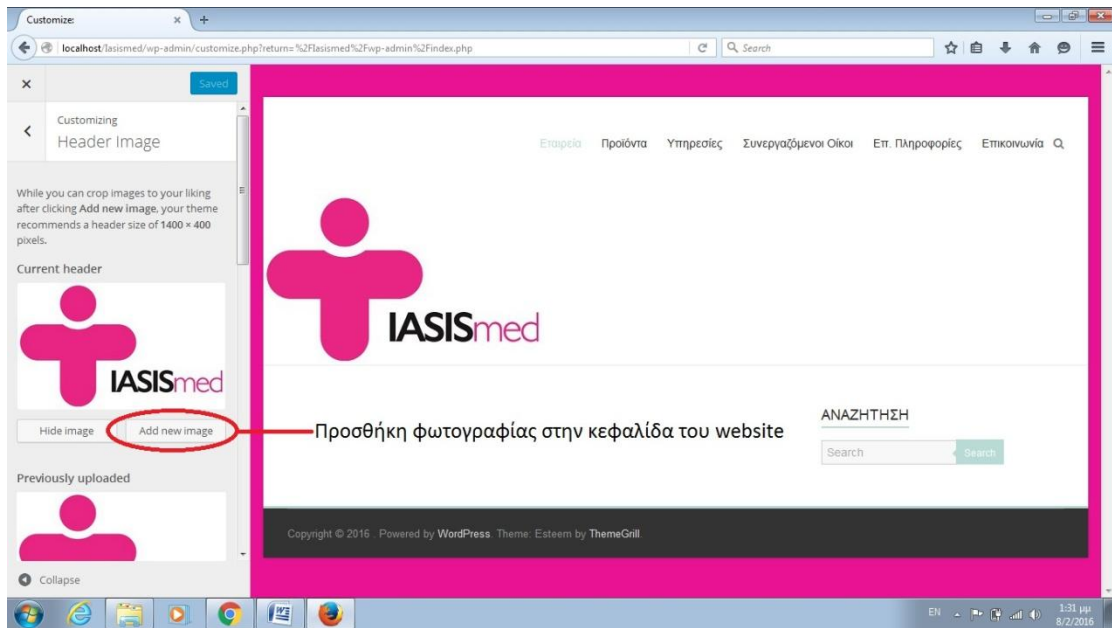
Στη συνέχεια περιγράφονται επιπλέον ρυθμίσεις που έγιναν στο περιβάλλον του Wordpress ώστε να καθορισθούν τα χρώματα που απεικονίζονται στο website, το εικονίδιο της κεφαλίδας κλπ. Όλες αυτές οι ρυθμίσεις γίνονται από την επιλογή “Customize” της καρτέλας “Appearance” του περιβάλλοντος σχεδιασμού (Σχήμα 25).



Σχήμα 25: Επιλογή “Customize” της καρτέλας “Appearance”

5.3.3 Διαμόρφωση κεφαλίδας ιστότοπου

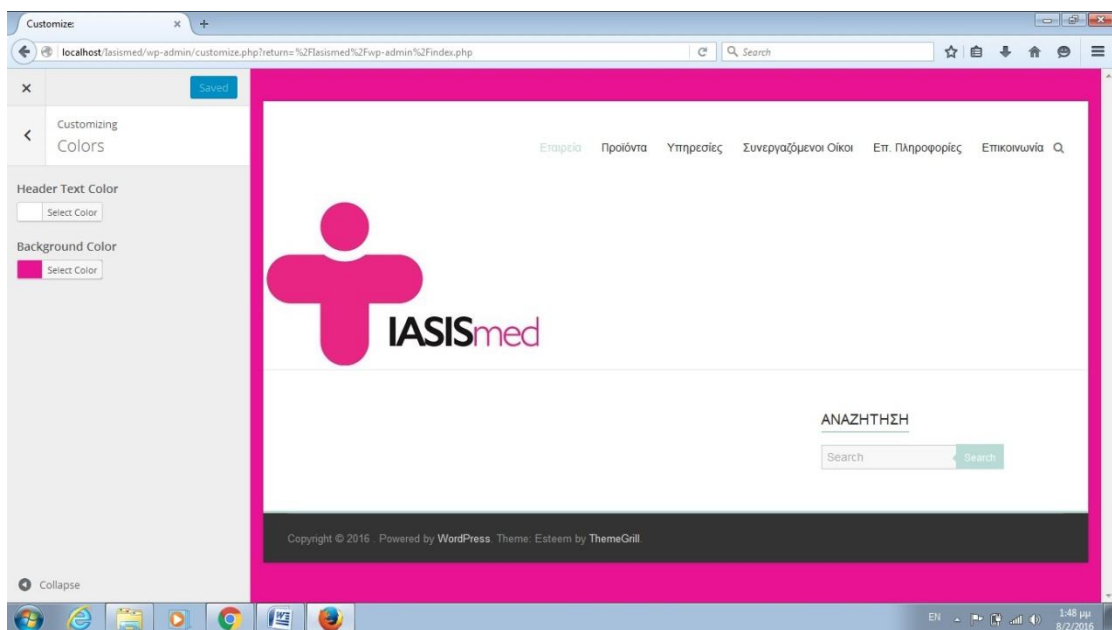
Η διαμόρφωση της κεφαλίδας γίνεται από την επιλογή “Header Image” που προσφέρεται μέσω της εντολής “Customize” (Σχήμα 26). Η παράμετρος που μπορεί να καθοριστεί εδώ είναι αν θα εμφανίζεται κάποια φωτογραφία στην κεφαλίδα της σελίδας που σχεδιάζεται. Στην προκειμένη περίπτωση έχει επιλεγεί το logo της εταιρείας για την οποία προορίζεται το website.



Σχήμα 26: Διαχείριση κεφαλίδας από την επιλογή “Header”

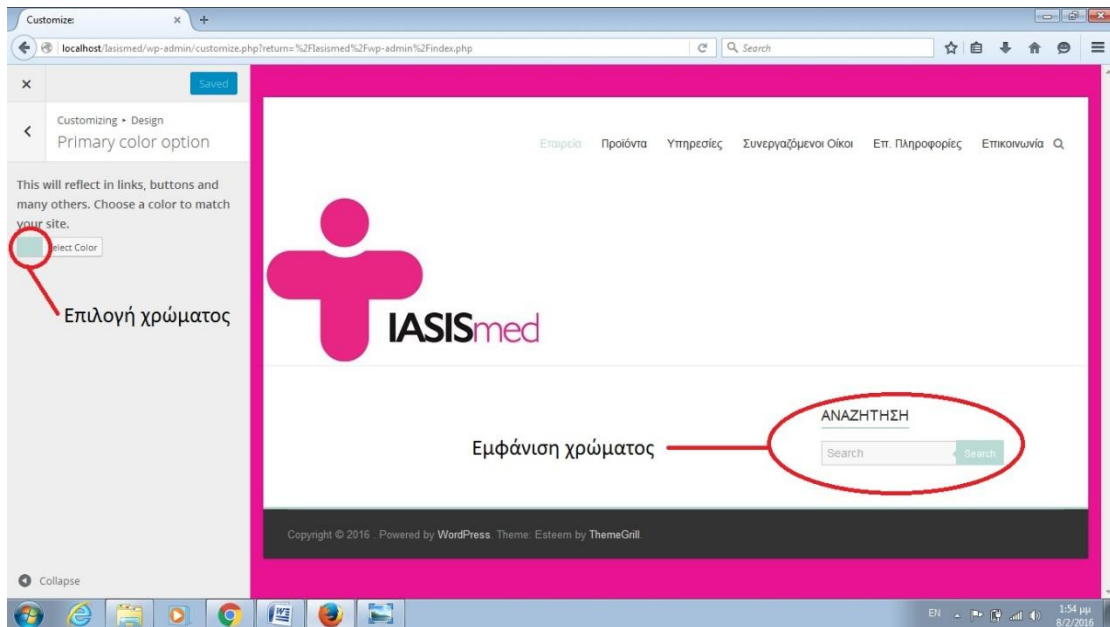
5.3.4 Επιλογή χρωμάτων

Η επιλογή του πρωτεύοντος χρώματος και του χρώματος του background γίνεται από την εντολή “Colors” της καρτέλας “Customize” (Σχήμα 27). Οι επιλογές έγιναν με τέτοιο τρόπο ώστε τα χρώματα αυτά να συμβαδίζουν με το λογότυπο της εταιρείας.



Σχήμα 27: Διαχείριση των χρωμάτων της σελίδας από την επιλογή “Colors”

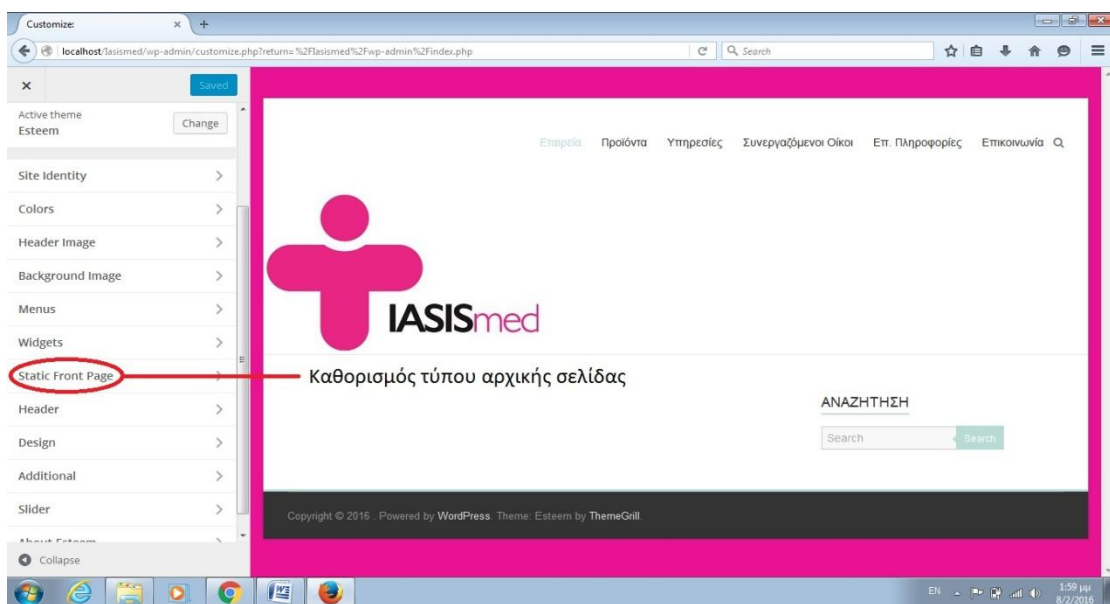
Η επιλογή δευτερευόντων χρωμάτων σε περιοχές μικρότερου ενδιαφέροντος (π.χ. της μπάρας αναζήτησης που βρίσκεται στο δεξί μέρος της σελίδας) γίνεται από την επιλογή “Design” της εντολής “Customize” (Σχήμα 28).



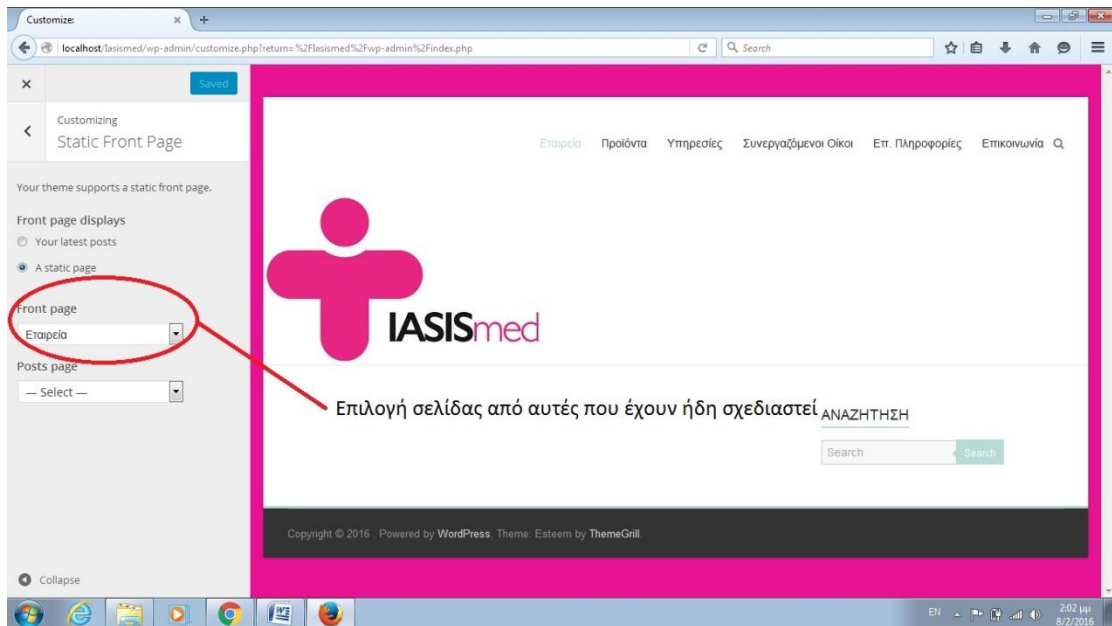
Σχήμα 28: Επιλογή χρώματος περιοχών δευτερεύοντος ενδιαφέροντος

5.3.5 Ρυθμίσεις αρχικής σελίδας

Η ρύθμιση του τύπου της αρχικής σελίδας (στατική η δυναμική) γίνεται από την επιλογή “Static Front Page” του μενού “Customize” (Σχήματα 29 και 30).



Σχήμα 29: Επιλογές διαμόρφωσης αρχικής σελίδας του website

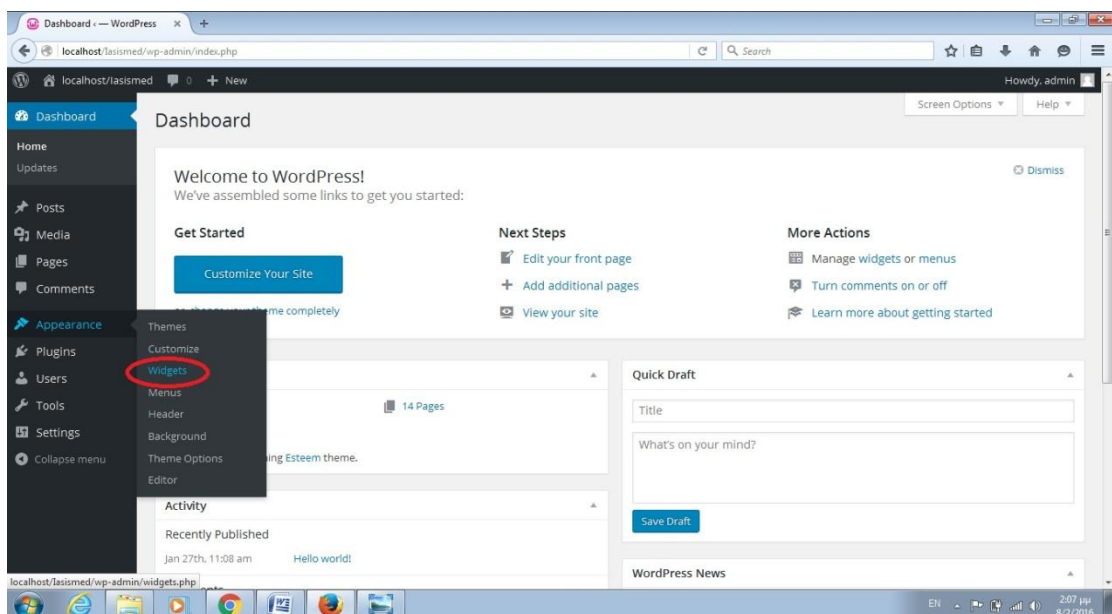


Σχήμα 30: Επιλογή μιας από τις ήδη κατασκευασμένες σελίδες ως αρχική σελίδα στατικού τύπου

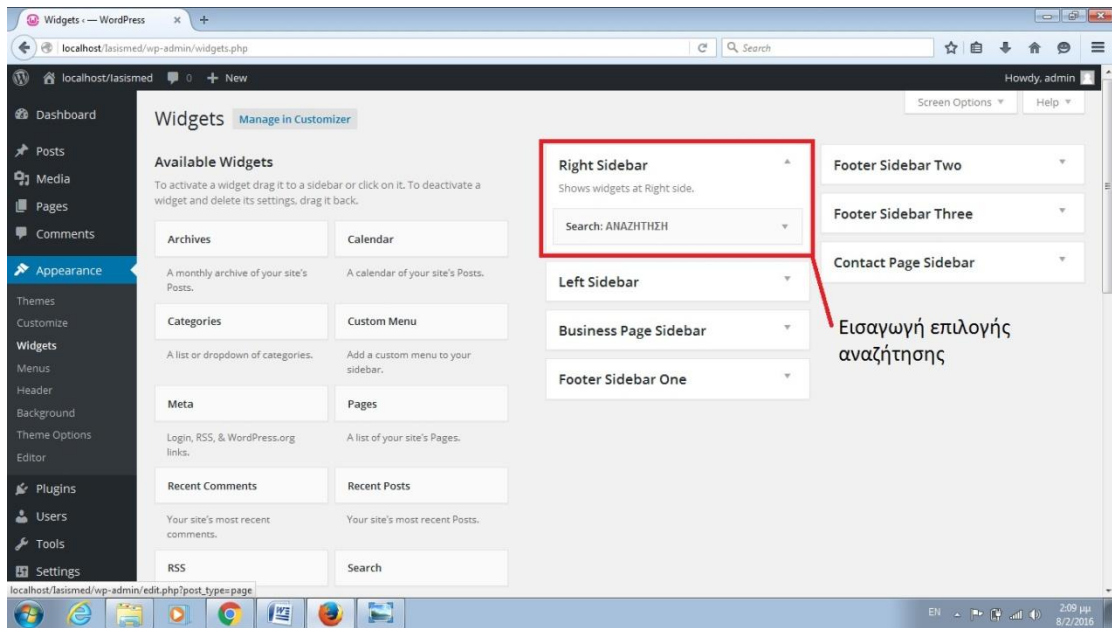
Όπως φαίνεται στο Σχήμα 30, επιλέχθηκε η αρχική σελίδα να είναι στατική και μάλιστα εμφανίζεται η σελίδα με το όνομα “Εταιρεία” που δημιουργήθηκε σε προηγούμενο στάδιο.

5.3.6 Πρόσθετες λειτουργίες

Το περιβάλλον του Wordpress προσφέρει επίσης μια σειρά από πρόσθετες λειτουργίες οι οποίες μπορούν να ενσωματωθούν σε ένα website (Σχήματα 31 και 32).

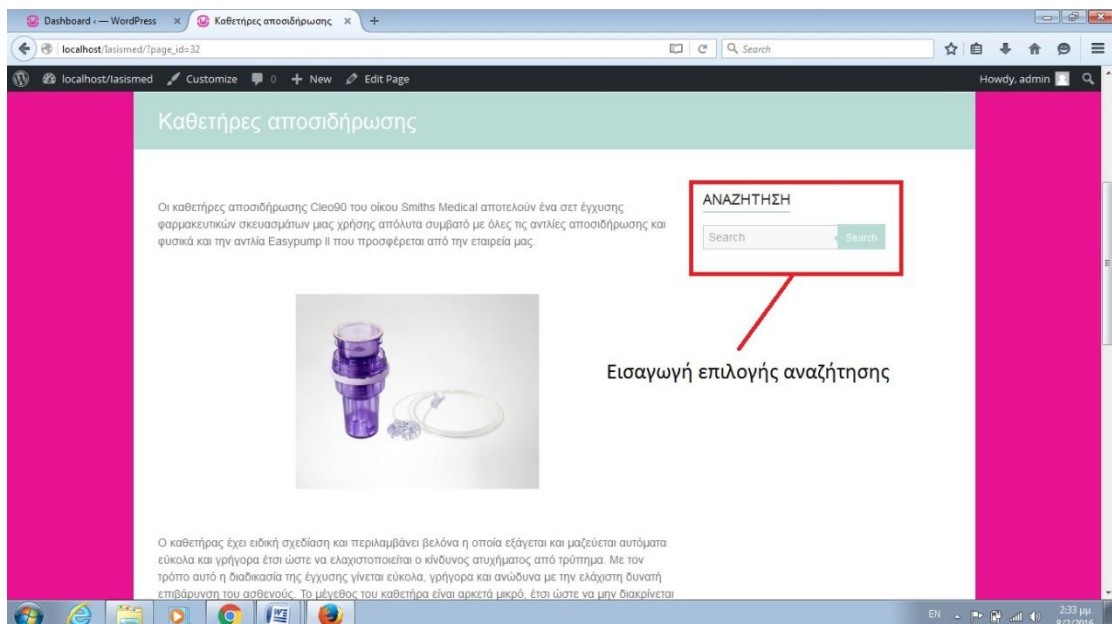


Σχήμα 31: Πρόσθετες λειτουργίες διαθέσιμες μέσω της επιλογής “Widgets”



Σχήμα 32: Προσθήκη επιλογής αναζήτησης στο δεξιό μέρος της σελίδας

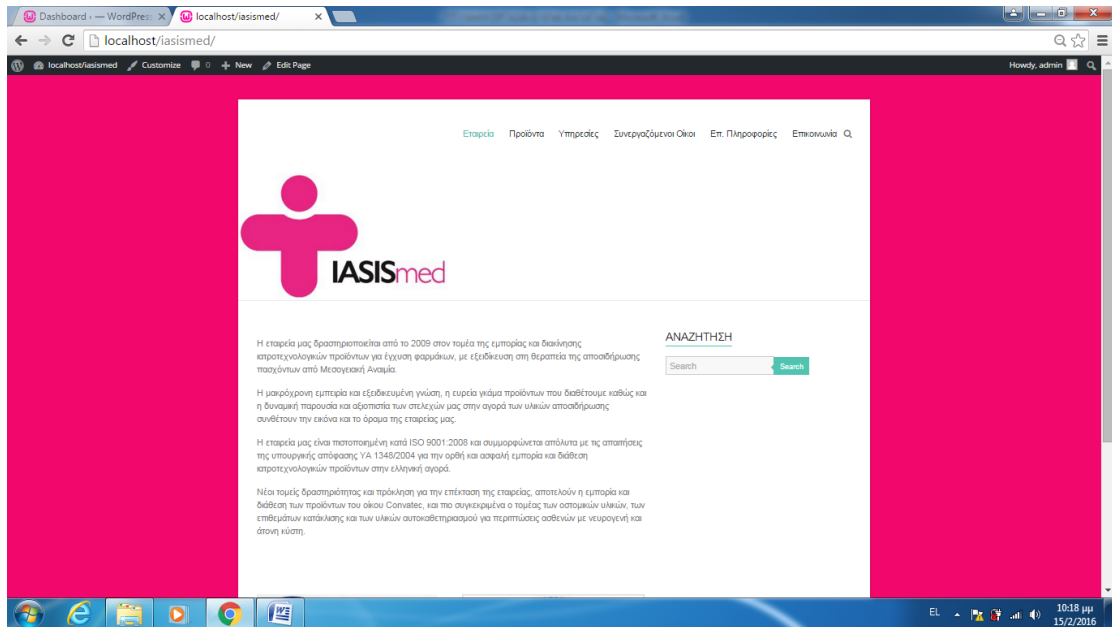
Οι πρόσθετες αυτές λειτουργίες είναι διαθέσιμες μέσω της επιλογής “Widgets” της καρτέλας “Appearance”. Στην προκειμένη περίπτωση επιλέχθηκε η εισαγωγή της επιλογής αναζήτησης στο δεξί μέρος της σελίδας (Σχήμα 33).



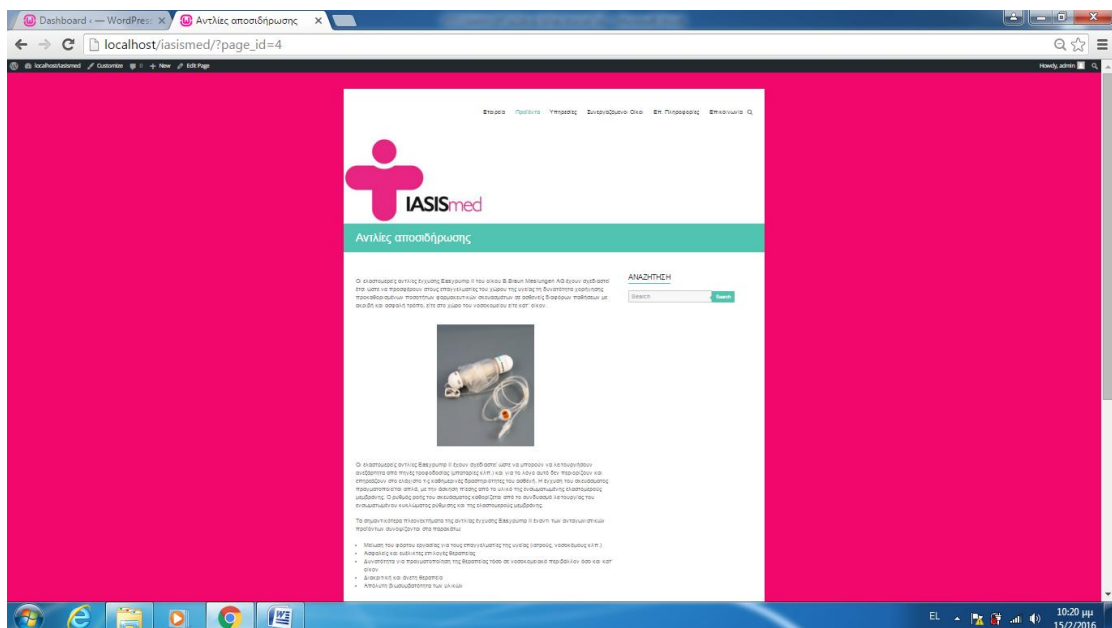
Σχήμα 33: Εμφάνιση επιλογής αναζήτησης στο δεξιό μέρος της σελίδας

6 Τελική μορφή website

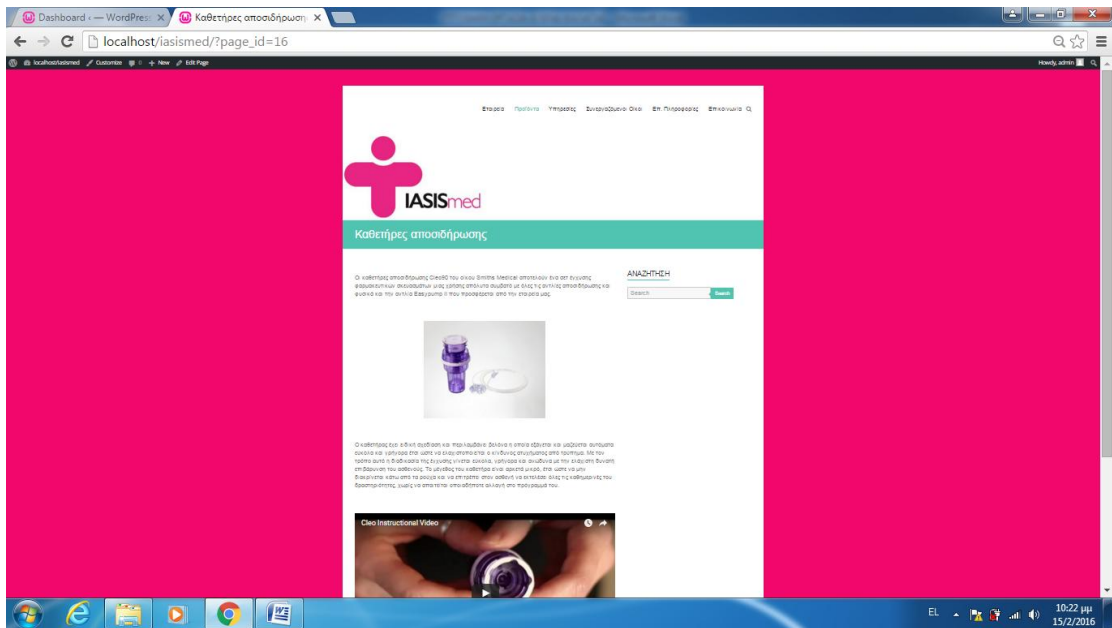
Στο τελευταίο αυτό κεφάλαιο δίνεται με τη βοήθεια εικόνων η τελική μορφή του ιστότοπου που κατασκευάστηκε, όπως αυτή προέκυψε μετά την επεξεργασία στο περιβάλλον του Wordpress.



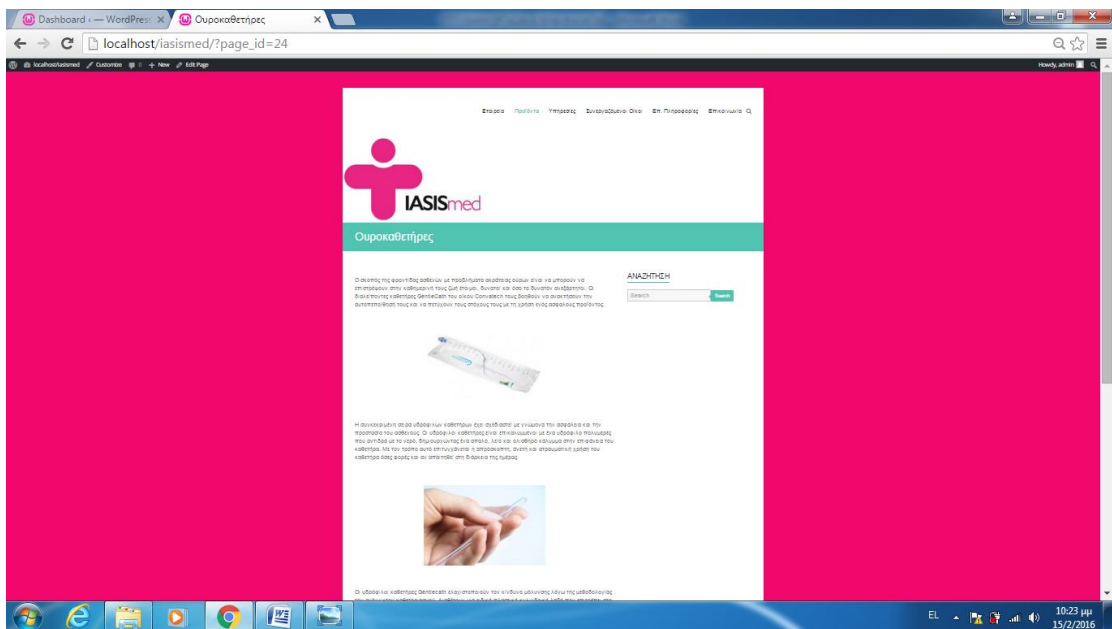
Σχήμα 34: Αρχική σελίδα ιστότοπου (“Εταιρεία”)



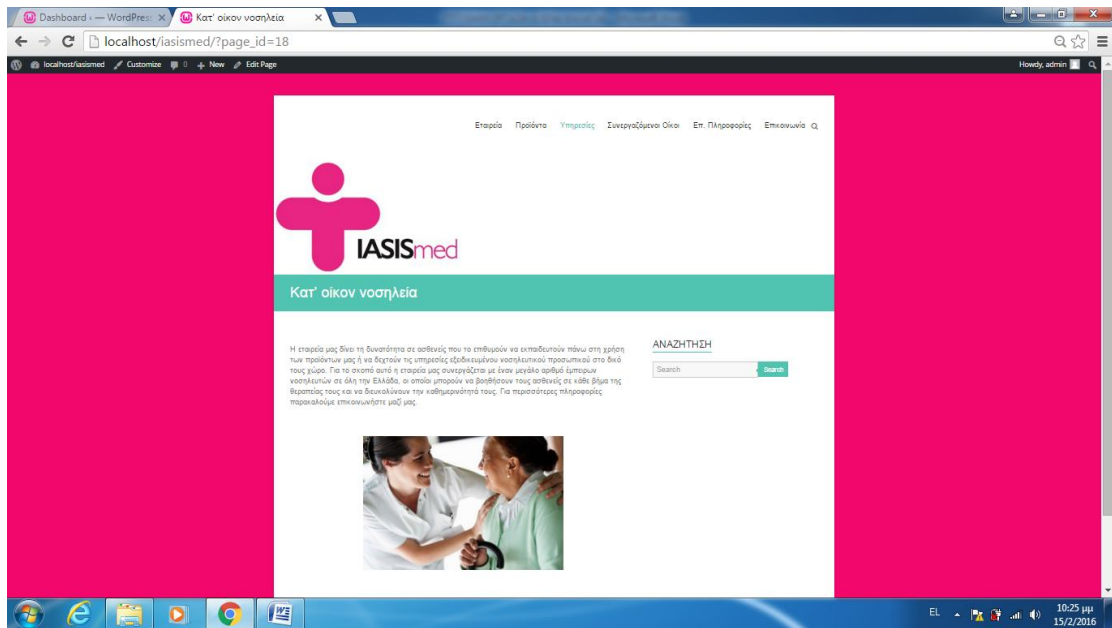
Σχήμα 35: Σελίδα “Αντλίες αποσιδήρωσης”



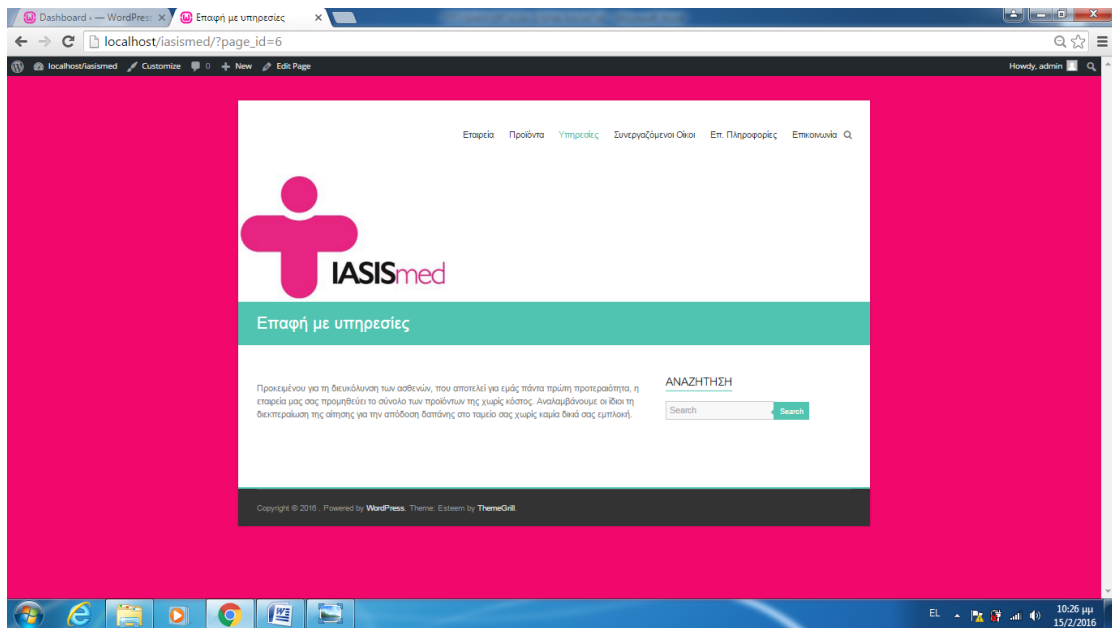
Σχήμα 36: Σελίδα “Καθετήρες αποσιδήρωσης”



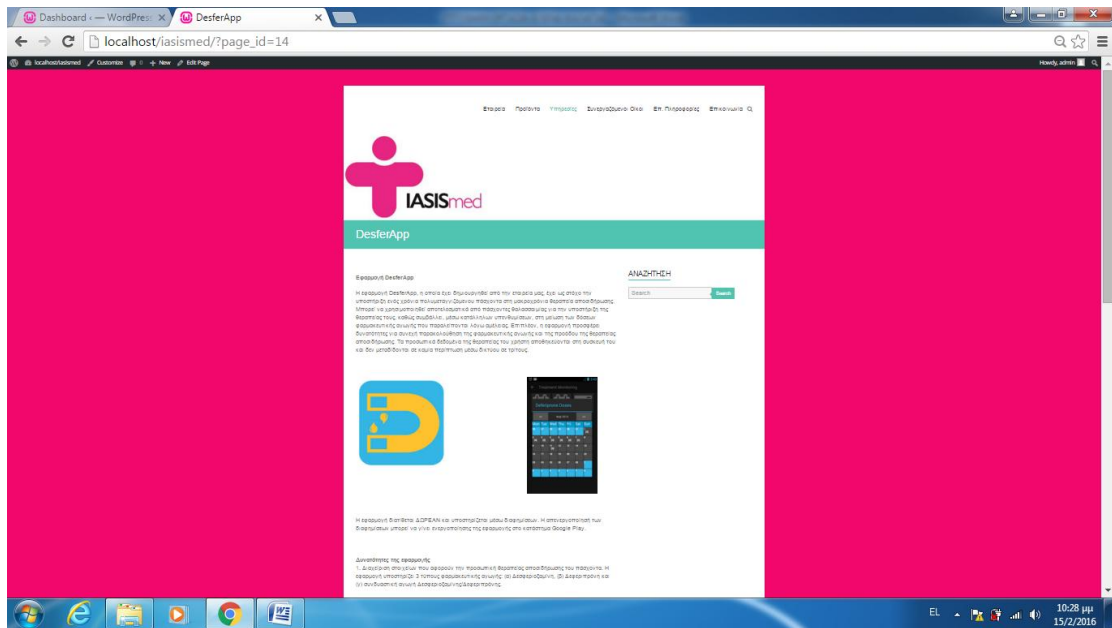
Σχήμα 37: Σελίδα “Ουροκαθετήρες”



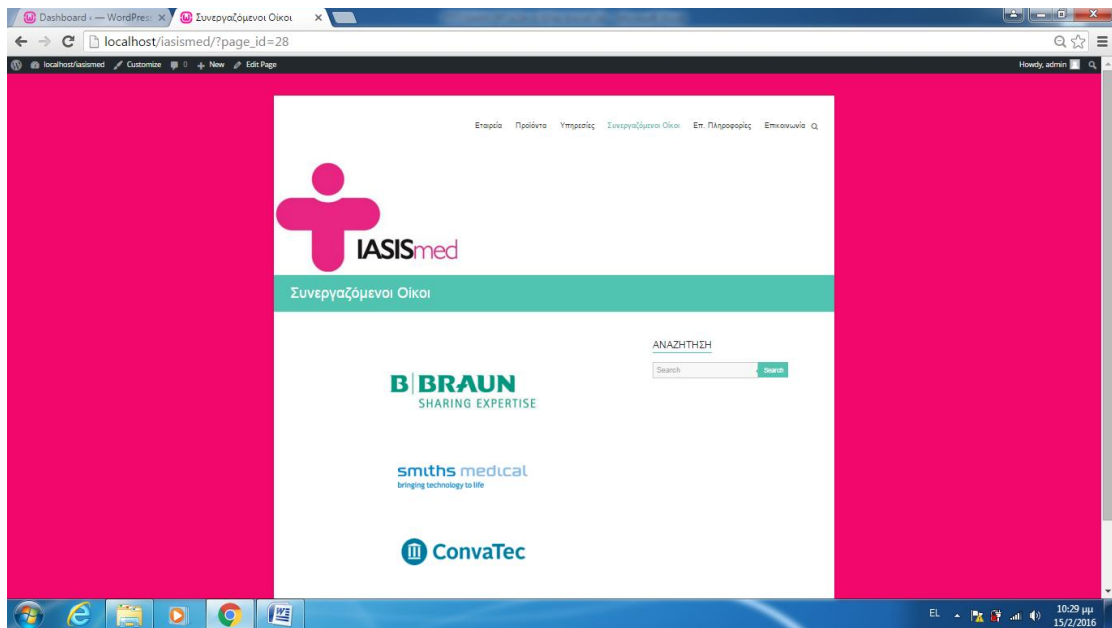
Σχήμα 38: Σελίδα “Κατ’ οίκον νοσηλεία”



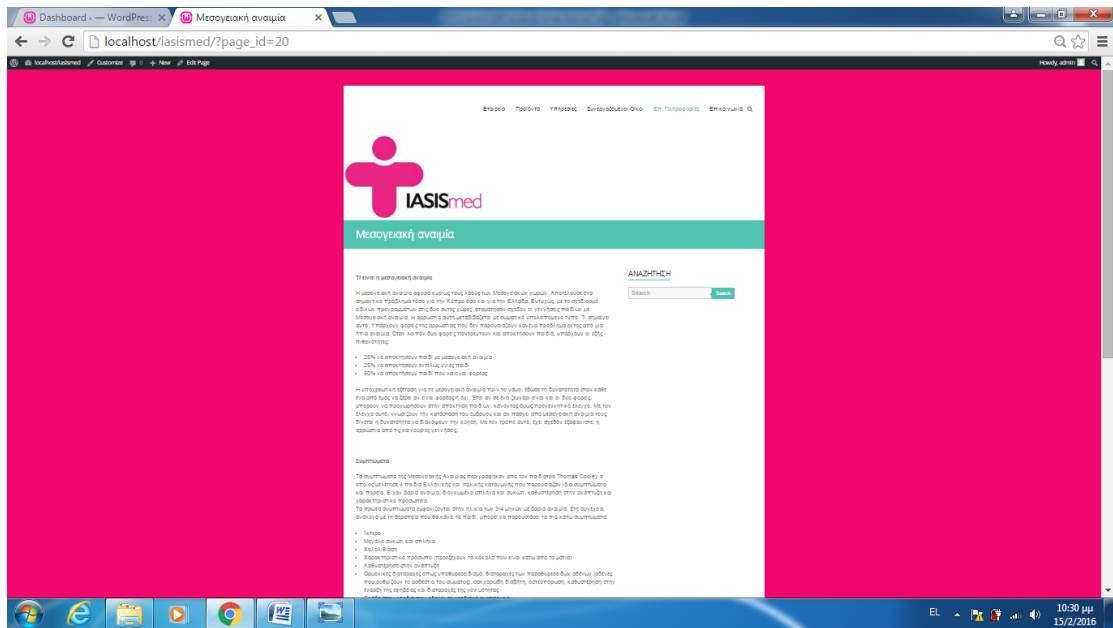
Σχήμα 39: Σελίδα “Επαφή με υπηρεσίες”



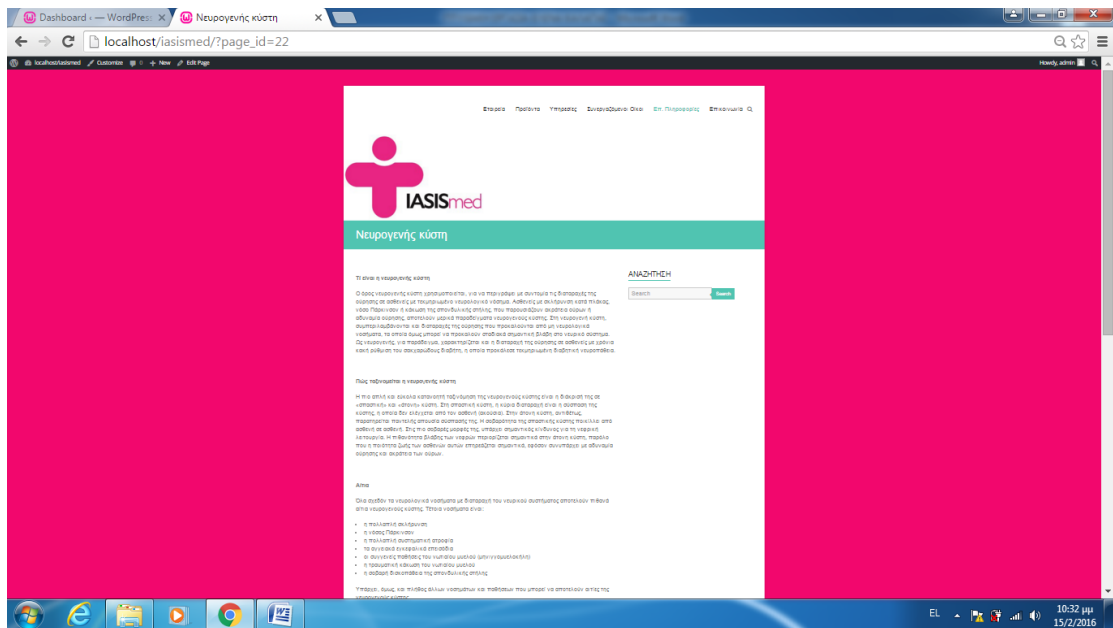
Σχήμα 40: Σελίδα “DesferApp”



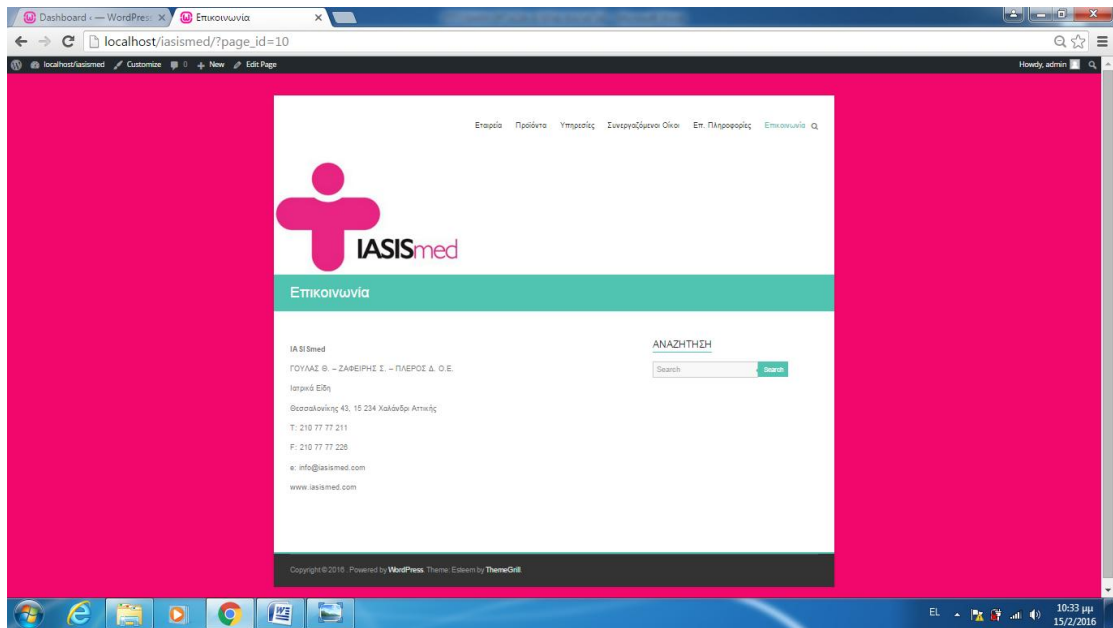
Σχήμα 41: Σελίδα “Συνεργαζόμενοι Οίκοι”



Σχήμα 42: Σελίδα “Μεσογειακή αναιμία”



Σχήμα 43: Σελίδα “Νευρογενής κύστη”



Σχήμα 44: Σελίδα “Επικοινωνία”

7 Συμπεράσματα

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η δημιουργία και αξιοποίηση του παγκόσμιου υπερδικτύου έχει επιφέρει κοσμογονικές αλλαγές στους τεχνολογικούς τομείς της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Τεράστιος όγκος πληροφορίας μπορεί να γίνει άμεσα διαθέσιμος στον οποιονδήποτε διαθέτει απλώς έναν υπολογιστή και υπηρεσίες πρόσβασης στο διαδίκτυο, γεγονός που επιτρέπει τη γρήγορη και άμεση διάδοση της πληροφορίας αλλά κυρίως την αξιοποίησή της. Έχοντας γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας, το διαδίκτυο σήμερα δημιουργεί μία τεράστια ευκαιρία για προβολή του ονόματος και των προϊόντων/υπηρεσιών μιας επιχείρησης αλλά και των υπηρεσιών που προσφέρει μια σειρά ιδιωτικών επαγγελματιών. Μια επιχείρηση μπορεί να προβληθεί στο διαδίκτυο μέσω ιστοσελίδας, μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος, μέσω διαφήμισης σε μηχανές αναζήτησης και σε άλλες ιστοσελίδες. Εσχάτως, ιδιαίτερο βάρος πέφτει και στην προβολή εταιρειών και επαγγελματιών μέσω των δικών τους σελίδων σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το Internet Marketing αποτελεί ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο της επιστήμης του marketing, πράγμα απόλυτα φυσιολογικό αν αναλογιστεί κανείς το χρόνο που σήμερα περνά ο καταναλωτής στο διαδίκτυο και η δυνατότητα συνδυασμού αναζητήσεων που αυτό του προσφέρει. Είναι πλέον γεγονός ότι οι αποφάσεις των πελατών για τις αγορές τους επηρεάζονται κατά κύριο λόγο από αναζητήσεις και συζητήσεις στο χώρο του διαδικτύου. Ιδιαίτερα για τις μικρές επιχειρήσεις, η εξασφάλιση μιας αξιοπρεπούς παρουσίας και προβολής στο χώρο του διαδικτύου αποτελεί σημαντική προτεραιότητα, δεδομένου ότι είναι μια επιλογή σχετικά χαμηλού κόστους που μπορεί να εξασφαλίσει την προβολή της επιχείρησης σε ένα ευρύτατο κοινό όλων των ηλικιών και ενδιαφερόντων ακόμα και σε περιοχές εξαιρετικά απομακρυσμένες από τον τόπο δραστηριότητας της εταιρείας.

Στα πλαίσια αυτά, στην παρούσα πτυχιακή εργασία σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε η ηλεκτρονική ιστοσελίδα εταιρείας η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα της εμπορίας αναλώσιμων ιατρικών υλικών. Η απαίτηση από την πλευρά της εταιρείας ήταν η δημιουργία μιας ιστοσελίδας στην οποία οι ενδιαφερόμενοι (ασθενείς, επαγγελματίες του χώρου της υγείας κλπ.) θα έχουν τη δυνατότητα να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα υλικά τα οποία εμπορεύεται.

Για την υλοποίηση της ιστοσελίδας χρησιμοποιήθηκε το περιβάλλον σχεδίασης Wordpress. Το συγκεκριμένο περιβάλλον σχεδίασης ιστοσελίδων έχει γνωρίσει ιδιαίτερα σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και για το λόγο αυτό έχει βρει μεγάλη ανταπόκριση στην κοινότητα τόσο των σχεδιαστών όσο και των χρηστών. Ένα από τα μεγάλα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει είναι η απλή δομή του και η ιδιαίτερη φιλικότητα προς το χρήστη, γεγονός που καθιστά εύκολη τη χρήση του ακόμα και από χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] M. Salahuddin, J. Gow, The effects of Internet usage, financial development and trade openness on economic growth in South Africa: A time series analysis, *Telematics and Informatics*, 2015
- [2] A. Odlyzko, Web history and economics, *Computer Networks*, 56 (18), 2012, 3886 – 3890
- [3] Y. Wang, Q. Min, S. Han, Understanding the effects of trust and risk on individual behavior toward social media platforms: A meta-analysis of the empirical evidence, *Computers in Human Behavior*, 56, 2016, 34 – 44
- [4] T. Saito, A microeconomic analysis of bitcoin and illegal activities, *Handbook of Digital Currency*, 2015, 231 – 248
- [5] G. Schmidt, A. Lelchook, J. Martin, The relationship between social media co-worker connections and work-related attitudes, *Computers in Human Behavior*, 55, 2016, 439 – 445
- [6] www.skroutz.gr
- [7] Google, Mobile Search Moments: Understanding how mobile drives conversions, 2013
- [8] T. Kothari, M. Kotabe, P. Murphy, Rules of the Game for Emerging Market Multinational Companies from China and India, *Journal of International Management*, 19 (3), 2013, 276 – 299
- [9] www.wordpress.org
- [10] www.joomla.org
- [11] www.drupal.org
- [12] www.wampserver.com