ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Επανασχεδιασμός και βελτιστοποίηση της διαδικτυακής πύλης 'Study in Greece' και ενίσχυση στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ

Μεταπτυχιακή εργασία

Σερέτη Άλκηστη

Αθήνα, 2024

HAROKOPIO UNIVERSITY

SCHOOL OF DIGITAL TECHNOLOGY

DEPARTMENT OF INFORMATICS AND TELEMATICS

POSTGRADUATE PROGRAMME INFORMATICS AND TELEMATICS

COURSE INFORMATION SYSTEMS IN BUSINESS ADMINISTRATION

Redesign and optimization of the 'Study in Greece' web portal and enhancement of its digital marketing strategies

Master Thesis

Sereti Alkisti

Athens, 2024

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Μιχαλακέλης Χρήστος (Επιβλέπων)

Αναπληρωτής Καθηγητής, Πληροφορικής και Τηλεματικής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Σταμάτη Μαυρέτα

Επίκουρη Καθηγήτρια, Πληροφορικής και Τηλεματικής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Τσαδήμας Ανάργυρος

Μέλος ΕΔΙΠ, Πληροφορικής και Τηλεματικής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Η Σερέτη Άλκηστη

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

1) Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.

2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

3) Όπου υφίστανται δικαιώματα άλλων δημιουργών έχουν διασφαλιστεί όλες οι αναγκαίες άδειες χρήσης ενώ το αντίστοιχο υλικό είναι ευδιάκριτο στην υποβληθείσα εργασία.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας, θεωρώ καθήκον μου να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που συνέβαλαν στην ολοκλήρωση της, καθώς και στην ολοκλήρωση των σπουδών μου γενικότερα.

Κατ' αρχάς θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στους γονείς μου και στους ανθρώπους μου για την συνεχή συμπαράσταση και ηθική υποστήριξη που μου παρείχαν καθόλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Ιδιαιτέρως θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Χρήστο Μιχαλακέλη για την υποστήριξη και καθοδήγηση τους καθ' όλη την διάρκεια της υλοποίησης αυτής της διπλωματικής εργασίας.

Επιπρόσθετα ευχαριστώ πολύ όλο το διδακτικό προσωπικό του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου που με δίδαξε τόσα χρόνια και αποκόμισα την υπέροχη αυτή ακαδημαϊκή εμπειρία ολοκληρώνοντας το πρόγραμμα σπουδών της σχολής 'Πληροφορικής και Τηλεματικής', δίνοντάς μου την ευκαιρία να εξοπλίσω τον εαυτό μου με τις απαραίτητες γνώσεις που απαιτούνται στις μέρες μας για την επαγγελματική μου καταξίωση.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ Μακρυδάκη Νεκτάριο για την πολύτιμη βοήθεια του στο κομμάτι του SEO.

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ **7**
ABSTRACT **8**
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ **9**
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ/ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ **12**
ΕΙΣΑΓΩΓΗ **13**
Στόχος - Σκοπός 13
Κοινό 14
Δομή Εργασίας 15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΔΙΕΘΝΟΠΟΊΗΣΗ - ΕΞΩΣΤΡΈΦΕΙΑ **16**
1.1 Ορισμός της Διεθνοποίησης και της Εξωστρέφειας στην εκπαίδευση 16
1.2 Διεθνοποίηση και Εξωστρέφεια στην Ευρώπη 16
1.3 Νόμος 4009/2011 18
1.4 Τα οφέλη της διεθνοποίησης των ΑΕΙ 18
1.5 Study in Greece 19
1.5.1 Τα πρώτα βήματα στη διεθνοποίηση και στην εξωστρέφεια 21
1.5.2 Σύντομη Ιστορική Αναδρομή της δημιουργίας της Study in Greece 21
1.5.3 Οι δράσεις εξωστρέφειας και διεθνοποίησης της Study in Greece 22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΣΥΣΤΉΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΊΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΈΝΟΥ **23**
2.1 Εισαγωγή στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου - CMS 23
2.2 Βασικές πτυχές των CMS 23
2.3 Είδη CMS 24
2.3.1 Με βάση το χώρο αποθήκευσης και διαχείρισης : ASP και Licensed 25
2.3.2 Με βάση το είδος του παρόχου : Commercial, Open source, Managed Open Source 25
2.4 Πλεονεκτήματα CMS 26
2.5 CMS Ανοιχτού Κώδικα 27
2.6 Κριτήρια Επιλογής CMS 28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : WORDPRESS **29**
3.1. Ορισμός και Πληροφορίες 29
3.2. Χαρακτηριστικά και Δυνατότητες 29
3.3 Κριτήρια Επιλογής WordPress 30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΉ ΠΎΛΗ STUDY IN GREECE **32**
4.1 Αρχική Έκδοση Ιστοσελίδας 32
4.2 Γραφιστικά Στοιχεία 35
4.3 Επιλογή Θέματος 37
4.4 Σχεδιασμός και Δομή 38
4.5 Περιεχόμενο 45
4.6. Άρθρα 47

4.6.1 Δημιουργία Πρότυπου Άρθρων..... 47
4.7 Προκλήσεις και Επιτυχίες..... 49
4.8 Πολύγλωσση έκδοση ιστοσελίδας - Μεταφράσεις..... 49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΣΘΕΤΑ / PLUGINS..... 51
5.1. Elementor και Elementor Pro..... 51
5.1.1. Theme Builder..... 53
5.1.2. Προτυπα..... 55
5.2 301 Redirects..... 56
5.3 Complianz | GDPR/CCPA Cookie Consent..... 56
5.4 Converter for Media..... 57
5.5 Email Encoder - Protect Email Addresses..... 58
5.6 Meta pixel for WordPress..... 59
5.7 PDF Embedder..... 59
5.8 Post SMTP..... 60
5.9 Prime Slider..... 61
5.10 Site Kit by Google..... 62
5.11 Wordfence..... 62
5.12 Yoast SEO..... 63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : SEO..... 65
6.1 Ορισμός SEO..... 65
6.2 Μηχανές αναζήτησης..... 65
6.2.1 Στατιστικά..... 66
6.3 Wordpress SEO..... 66
6.4 Παράγοντες που επηρεάζουν το SEO..... 66
6.5 Βελτιστοποίηση SEO στην ιστοσελίδα Study in Greece..... 69
6.5.1 Yoast SEO..... 69
6.5.2 Εικόνες (Images)..... 70
6.5.3 Heading tags..... 72
6.5.4 Έλεγχος περιεχομενου..... 72
6.5.5 Σφάλματα σύνδεσης (broken links)..... 72
6.5.6 SEOquake..... 73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... 74
7.1 Συμπεράσματα..... 74
7.2 Μελλοντικές Βελτιώσεις..... 74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... 76

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κυριότερος στόχος της διπλωματικής εργασίας είναι η δημιουργία μιας ανανεωμένης έκδοσης της ιστοσελίδας της Study in Greece καθώς και η εφαρμογή πρακτικών με στόχο την βελτιστοποίηση της εμφάνισης της ιστοσελίδας στις μηχανές αναζήτησης (SEO).

Για να επιτύχουμε αυτούς τους στόχους έγινε χρήση ενός πολύ γνωστού και σύγχρονου συστήματος περιεχομένου, του Wordpress. Χρειάστηκε να κατανοήσουμε απόλυτα τις δυνατότητες που μας προσφέρει αυτό το εργαλείο, καθώς και να αναζητήσουμε νέα πρόσθετα ούτως ώστε το τελικό αποτέλεσμα να είναι το επιθυμητό.

Η ιστοσελίδα της Study in Greece, προσφέρει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τις σπουδές στην Ελλάδα, στα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια, καθώς επίσης και την καθοδήγηση των φοιτητών που επιθυμούν να σπουδάσουν σε αυτά.

Μέσα από τη διπλωματική εργασία θα αναφερθούν τα βήματα που ακολουθήθηκαν για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη της νέας έκδοσης του ιστόχωρου, καθώς και τα εργαλεία και το υλικό που χρησιμοποιήσαμε.

Λέξεις Κλειδιά: [δικτυακός ιστότοπος, Study in Greece, διεθνοποίηση, εξωστρέφεια, Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου, WordPress, SEO]

ABSTRACT

The main objective of this thesis is the creation of an updated version of the Study in Greece Website as well as the implementation of practices with a view to optimizing the appearance of the website in search engines (SEO).

In order to achieve these goals, a well-known and modern content system called Wordpress was used. We needed to fully understand the potentialities offered by this tool and also look for new add-ons so that the final result would be the desired one.

The Website of Study in Greece offers not only all the necessary information as regards studies in Greece, in Greek Public Universities, but also guidance for students wishing to study in them.

Through this thesis, the steps taken for the design and development of the new version of the website as well as the tools and material used will be mentioned.

Keywords: [website, Study in Greece, internationalization, extroversion, CMS, WordPress, SEO]

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 4.1.1: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 32
Εικόνα 4.1.2: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 33
Εικόνα 4.1.3: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 33
Εικόνα 4.1.4: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 34
Εικόνα 4.1.5: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 35
Εικόνα 4.2.1 : Χρωματική παλέτα της διαδικτυακής πύλης της Study in Greece	σελ. 36
Εικόνα 4.3.1: Θέμα Wordpress, Hello Elementor	σελ. 37
Εικόνα 4.3.2: Θέμα Wordpress, Hello Elementor	σελ. 38
Εικόνα 4.4.1: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Slider	σελ. 39
Εικόνα 4.4.2: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Πλατφόρμες SiG & Εκδηλώσεις	σελ. 39
Εικόνα 4.4.3: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Πανεπιστήμια & Top News	σελ. 40
Εικόνα 4.4.4: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Ξενόγλωσσα Προπτυχιακά Προγράμματα	σελ. 40

Εικόνα 4.4.5: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Why study in Greece & Ξενόγλωσσα e-learning	σελ. 41
Εικόνα 4.4.6: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Σημαντικά Links & Τελευταία Νέα	σελ. 41
Εικόνα 4.4.7: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Προωθητικό Υλικό & Συχνές Ερωτήσεις	σελ. 42
Εικόνα 4.4.8: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Εμπειρίες Φοιτητών	σελ. 42
Εικόνα 4.4.9: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Footer	σελ. 43
Εικόνα 4.4.10: Μενού ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 44
Εικόνα 4.4.11: Header τρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 45
Εικόνα 4.4.12: Footer ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 45
Εικόνα 4.6.1.1: Παράδειγμα εμφάνισης άρθρων στην ιστοσελίδα Study in Greece - Τίτλος, κεντρική εικόνα και περιεχόμενο	σελ. 48
Εικόνα 4.6.1.2: Παράδειγμα εμφάνισης άρθρων στην ιστοσελίδα Study in Greece - Πρόσφατα νέα	σελ. 48
Εικόνα 5.1.1: Πρόσθετο Elementor	σελ. 51
Εικόνα 5.1.2: Basic Widgets	σελ. 52
Εικόνα 5.1.3: Pro widgets	σελ. 53
Εικόνα 5.1.4: Theme widgets	σελ. 53
Εικόνα 5.1.1.1: Header της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 54

Εικόνα 5.1.1.2: Footer της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 54
Εικόνα 5.1.1.3: Πρότυπο θέματος βασικού άρθρου της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 55
Εικόνα 5.1.1.4: Error 404 σελίδα της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece	σελ. 55
Εικόνα 5.2.1: Πρόσθετο 301 Redirects	σελ. 56
Εικόνα 5.3.1: Πρόσθετο Complianz	σελ. 57
Εικόνα 5.4.1: Πρόσθετο Converter for Media	σελ. 58
Εικόνα 5.5.1: Πρόσθετο Email Encoder - Protect Email Addresses	σελ. 58
Εικόνα 5.6.1: Πρόσθετο Meta pixel for WordPress	σελ. 59
Εικόνα 5.7.1: Πρόσθετο PDF Embedder	σελ. 60
Εικόνα 5.8.1: Πρόσθετο Post SMTP	σελ. 61
Εικόνα 5.9.1: Πρόσθετο Prime Slider	σελ. 61
Εικόνα 5.10.1: Πρόσθετο Site Kit by Google	σελ. 62
Εικόνα 5.11.1: Πρόσθετο Wordfence	σελ. 63
Εικόνα 5.12.1: Πρόσθετο Yoast SEO	σελ. 63
Εικόνα 6.5.1.1: Πρόσθετο Yoast SEO - Ρυθμίσεις εμφάνισης άρθρου/σελίδας στις μηχανές αναζήτησης	σελ. 70
Εικόνα 6.5.2.1: Στοιχεία εικόνας	σελ. 71

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ/ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

CMS	Content Management System
SEO	Search Engine Optimization
UX	User Experience
UI	User Interface
URL	Uniform Resource Locator

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ηλεκτρονική πύλη της Study in Greece αποτελεί την επίσημη πηγή πληροφόρησης για τις σπουδές στην Ελλάδα και είναι διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση (https://studyingreece.edu.gr/).

Η αρχική δημιουργία της ηλεκτρονικής πύλης της Study in Greece, στηρίχθηκε σε μια αρκετά συγκεκριμένη δομή η οποία εξυπηρετούσε και ένα συγκεκριμένο φάσμα αναγκών. Στη συνέχεια όμως, καθώς οι ανάγκες υποστήριξης των δράσεων της Study in Greece αυξάνονταν με γεωμετρική πρόοδο, με τη δημιουργία νέων πλατφορμών και εργαλείων, τη διοργάνωση σημαντικών εκδηλώσεων και την υλοποίηση στρατηγικών συνεργασιών που έπρεπε να προβληθούν στην ηλεκτρονική πύλη, η ομάδα έπρεπε να ανταποκριθεί άμεσα και αποτελεσματικά. Έτσι, αναπτύχθηκε ένα σχέδιο αναβάθμισης της Ηλεκτρονικής Πύλης σε μία νέα και ανανεωμένη έκδοση όπου η πλοήγηση και η δομή άλλαξαν ριζικά, το οποίο υλοποιήθηκε και ολοκληρώθηκε σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η πλατφόρμα που είχε επιλεγεί για την δημιουργία του ιστοχώρου που καλούμαστε να επανασχεδιάσουμε και να βελτιστοποιήσουμε για τις ανάγκες της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας είναι η πλατφόρμα WordPress η οποία αποτελεί την πιο διαδεδομένη πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου σήμερα. Είναι εύκολη στη χρήση και στην εκμάθησή της ενώ ταυτόχρονα έχει ένα εξαιρετικά φιλικό περιβάλλον για τους χρήστες, τους διαχειριστές αλλά και τους επισκέπτες.

Στόχος - Σκοπός

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ο επανασχεδιασμός και βελτιστοποίηση του ιστοχώρου Study in Greece και η ενίσχυση στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ. Η ηλεκτρονική πύλη "Study in Greece" έχει ως στόχο να παρέχει ολοκληρωμένες και αναλυτικές πληροφορίες σε φοιτητές από διάφορες χώρες που ενδιαφέρονται να σπουδάσουν στα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια.

Οι βασικοί σκοποί και στόχοι της πύλης είναι οι εξής:

- **Προώθηση της Εκπαίδευσης στην Ελλάδα**: Η πύλη έχει ως στόχο να προωθήσει την ελληνική εκπαίδευση και να καταστήσει την Ελλάδα μια ελκυστική εκπαιδευτική προοπτική για διεθνείς φοιτητές.

- **Ενημέρωση για Προγράμματα Σπουδών**: Η πύλη παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τα διαθέσιμα προγράμματα σπουδών (προπτυχιακά και μεταπτυχιακά) στα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια, τα δίδακτρα, τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων, τα απαιτούμενα έγγραφα και οτιδήποτε άλλο χρειάζεται για την εισαγωγή ενός φοιτητή σε κάποιο πρόγραμμα.

- **Συμβουλευτική και Επίλυση απορριών**: Η πύλη παρέχει πληροφορίες για τους φοιτητές σχετικά με τη διαδικασία εισαγωγής, την υποβολή αιτήσεων, και την επιλογή προγράμματος σπουδών.

- **Διευκόλυνση στην προετοιμασία ταξιδιού**: Η πύλη παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις διαδικασίες, τη διαμονή, την τοπική κουλτούρα και την καθημερινή ζωή στην Ελλάδα, προκειμένου οι διεθνείς φοιτητές να είναι προετοιμασμένοι για τη μετάβασή τους.

Η δημιουργία της διαδικτυακής πύλης "Study in Greece" αποσκοπεί στη διευκόλυνση των διεθνών φοιτητών που ενδιαφέρονται να σπουδάσουν στην Ελλάδα, στα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια, παρέχοντάς τους αξιόπιστες πληροφορίες και υποστήριξη κατά την διάρκεια της διαδικασίας.

Κοινό

Έχουμε σχεδιάσει μια πλούσια εμπειρία χρήστη για όλους τους ενδιαφερόμενους φοιτητές που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα. Η πύλη απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό από διάφορες χώρες και οι χρήστες μπορούν να είναι φοιτητές όλων των επιπέδων (προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί) και επαγγελματίες που αναζητούν περαιτέρω εκπαίδευση.

Παρακάτω θα αναφέρουμε κάποια παραδείγματα χρηστών του ιστότοπου:

- **Υποψήφιοι (Διεθνείς) Φοιτητές** : Οι υποψήφιοι φοιτητές αποτελούν το κυρίαρχο κοινό της πύλης. Αναζητούν πληροφορίες σχετικά με τα προγράμματα σπουδών, τις απαιτήσεις εισαγωγής, τα δίδακτρα, και τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων καθώς και την προετοιμασία τους για τη ζωή στην Ελλάδα.

- **Γονείς και Κηδεμόνες** : Οι γονείς και οι κηδεμόνες μπορούν επίσης να χρησιμοποιούν την πύλη για να αναζητήσουν πληροφορίες σχετικά με τις εκπαιδευτικές επιλογές των παιδιών τους και να κατανοήσουν τη διαδικασία εισαγωγής.

- **Εκπρόσωποι Πανεπιστημίων** : Εκπρόσωποι από τα Ελληνικά Πανεπιστήμια μπορούν να χρησιμοποιήσουν την πύλη για να προωθήσουν τα προγράμματα σπουδών τους και να παρέχουν πληροφορίες στους υποψήφιους φοιτητές.

- **Πανεπιστήμια Εξωτερικού**: Πανεπιστήμια του εξωτερικού μπορούν να αναζητήσουν πληροφορίες σχετικά με τα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια και τα προγράμματά τους με σκοπό κάποια μελλοντική συνεργασία.

Δομή Εργασίας

Αρχικά, αναφέρονται ορισμένα στοιχεία σχετικά με την εξωστρέφεια και την διεθνοποίηση στον τομέα της εκπαίδευση. Αργότερα, γίνεται αναφορά στο Study in Greece. Συνεχίζουμε με μελέτη των Συστημάτων Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management Systems ή CMS) αναλύοντάς τα ως προς την χρησιμότητα, τους τύπους, τα πλεονεκτήματα, τα CMS ανοιχτού κώδικα, και τα κριτήρια επιλογής CMS. Στη συνέχεια, αναφερόμαστε στο CMS που τελικά επιλέξαμε και για ποιο λόγο. Συγκεκριμένα δίνουμε πληροφορίες για το WordPress σχετικά με τα χαρακτηριστικά του και τις δυνατότητες του.

Ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στην προηγούμενη έκδοση της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece και στη συνέχεια δίνονται οδηγίες σχετικά με την διαδικασία ανασχεδιασμού της διαδικτυακής πύλης όπως επεξεργασία του θέματος, υλοποίηση μενού, σελίδων και άρθρων. Επιπρόσθετα αναφέρονται και οι διαδικασίες που υλοποιηθηκαν για την βελτιστοποίηση του SEO. Για περαιτέρω λειτουργίες του ιστοχώρου μας προστεθηκαν επίσης και κάποια πρόσθετα τα οποία επίσης αναφέρονται και αναλύονται.

Τέλος, δίνονται τα συμπεράσματα της εργασίας και παρουσιάζονται οι μελλοντικές βελτιστοποιησεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΔΙΕΘΝΟΠΟΊΗΣΗ - ΕΞΩΣΤΡΈΦΕΙΑ

1.1 Ορισμός της Διεθνοποίησης και της Εξωστρέφειας στην εκπαίδευση

Στον τομέα της εκπαίδευσης, η διεθνοποίηση περιλαμβάνει πρωτοβουλίες που στοχεύουν στο να κάνουν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα πιο προσβάσιμα και ανοικτά σε φοιτητές και ερευνητές από διάφορα μέρη του κόσμου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την προσέλκυση διεθνών φοιτητών, τη συμμετοχή σε διεθνή ερευνητικά έργα και την προώθηση ανταλλαγών φοιτητών και εκπαιδευτικού προσωπικού.

Στα πλαίσια των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, η εξωστρέφεια σημαίνει τη δημιουργία διεθνών σχέσεων και συνεργασιών με άλλα πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και επιχειρήσεις. Επίσης, περιλαμβάνει την προσαρμογή των προγραμμάτων σπουδών και της διδασκαλίας για να ανταποκριθούν σε διεθνείς προδιαγραφές.

1.2 Διεθνοποίηση και Εξωστρέφεια στην Ευρώπη

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δημιουργήσει μια ιστοσελίδα (https://education.ec.europa.eu/) σχετικά με τις σπουδές στην Ευρώπη. Εκεί ο επισκέπτης μπορεί να βρει πληροφορίες για να σπουδάσει σε κάποια Ευρωπαϊκή χώρα, αλλά και να ανακαλύψει ευκαιρίες σπουδών σε 33 ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν πλήρως στο πρόγραμμα Erasmus+ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρακάτω υπάρχουν οι αντίστοιχες “Study in” σελίδες για τις χώρες της Ευρώπης:

- Study In Austria
- Study In Croatia
- Study In Cyprus
- Study In Czech
- Study In Denmark
- Study In Estonia
- Study In Finland

- Campus France
- Study In Germany
- Study In Hungary
- Study In Iceland
- Education In Ireland
- Uni-Italia
- Study In Latvia
- University Of Liechtenstein
- Study In Lithuania
- Studying In Luxembourg
- Education Malta
- Study In Netherlands
- Study In The Republic Of North Macedonia
- Study In Norway
- Study In Poland
- Study & Research In Portugal
- Study In Romania
- Study In Serbia
- Study In Slovakia
- Study In Slovenia
- Study In Spain
- Study In Sweden

- Study In Turkey

1.3 Νόμος 4009/2011[1]

Ο νόμος 4009/2011 ψηφίστηκε το 2011 και αφορά τη δομή, τη λειτουργία, τη διασφάλιση της ποιότητας των σπουδών και τη διεθνοποίηση των ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα. Ο νόμος έχει ως στόχο την αξιολόγηση, διεθνοποίηση και την εξωστρέφεια των προγραμμάτων σπουδών σύμφωνα με τις συνθηκες που επικρατούν στον Ευρωπαϊκό Χώρο Ανώτατης Εκπαίδευσης.

Τα προγράμματα σπουδών χωρίζονται σε κύκλους, με την ολοκλήρωση κάθε κύκλου ο φοιτητής λαμβάνει συγκεκριμένες πιστωτικές μονάδες (ECTS). Σκοπός της υπαρξης των μονάδων ήταν να υπάρχει η δυνατότητα αυτοί οι βαθμοί να αντιστοιχίζουν την αξία τους και στο εξωτερικό, στην περίπτωση που ο/η φοιτητής/φοιτήτρια θελήσει να συνεχίσει σε άλλη χώρα τις σπουδές του. Το πρόγραμμα σπουδών αποτελείται από καθηγητές του αντίστοιχου γνωστικού αντικειμένου με το προγραμμα και περνάει από έγκριση από τον/την Πρύτανη. Επιπλέον σύμφωνα με το νόμο κάθε προγραμμα πρέπει να δίνει την σχετική πιστοποίηση και να αναγράφει τα μαθησιακά αποτελέσματα, τα οφέλη και τις γνώσεις που προσφέρει.

Ο νόμος δίνει την δυνατότητα στα Πανεπιστήμια να συνεργάζονται με άλλα Ιδρύματα της ημεδαπής ή της αλλοδαπής με σκοπό την από κοινού οργάνωση ενός προγράμματος σπουδών και σε ξένη γλώσσα. Επιπρόσθετα ο τρόπος διεξαγωγής των μαθημάτων μπορεί να είναι δια ζώσης ή/και εξ αποστάσεως. Εκτός από την συνεργασία μεταξύ των Ιδρυμάτων μπορεί να υπάρξει και συνεργασία με ερευνητικά κέντρα ή ινστιτούτα της χώρας ή του εξωτερικού για μεταπτυχιακές ή διδακτορικές σπουδές. Βασική προϋπόθεση είναι τα προγράμματα σπουδών να λάβουν πιστοποίηση από την Αρχή Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας στην Ανώτατη Εκπαίδευση.

---

[1] 195 Α' 2011, ΝΟΜΟΣ 4009/2011
Δομή, λειτουργία, διασφάλιση της ποιότητας των σπουδών και διεθνοποίηση των ανωτάτων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.
http://elib.aade.gr/elib/DesktopModules/PdfViewer/web/viewer.html?file=/elib/DesktopModules/ViewModule/Documents/gr-act-2011-4009-4009_2011.pdf

1.4 Τα οφέλη της διεθνοποίησης των ΑΕΙ

Η διεθνοποίηση αναδεικνύεται ως κρίσιμος παράγοντας στον τομέα της ανώτατης εκπαίδευσης, καθώς επιφέρει ευρύ φάσμα οφελών τα οποία επηρεάζουν τόσο τους φοιτητές όσο και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα[2]. Κατά την ανάλυση των παρακάτω οφελών, αναδεικνύεται η σπουδαιότητα της διασύνδεσης των εκπαιδευτικών κοινοτήτων σε παγκόσμιο επίπεδο και η επίδρασή της στην ποιότητα της εκπαίδευσης και την επαγγελματική ανάπτυξη των ατόμων. Αναλύοντας λοιπόν τα οφέλη αυτά, μπορούμε να κατανοήσουμε τη σημασία και την ανάγκη της διεθνοποίησης στον τομέα της ανώτατης εκπαίδευσης.

Αρχικά με την δημιουργία κοινών προγραμμάτων σπουδών και συνδιδασκαλίας με καθηγητές από διεθνώς αναγνωρισμένα πανεπιστήμια, οι φοιτητές έχουν πρόσβαση σε κορυφαία εκπαιδευτικά ιδρύματα χωρίς να χρειαστεί να μετακινηθούν σε άλλη χώρα. Επιπρόσθετα, με το νέο νομικό πλαίσιο επωφελούνται οι φοιτητές οι οποίοι επιθυμούν διεθνείς εμπειρίες, καθώς βοηθάει στη σύναψη συμφωνιών μεταξύ ιδρυμάτων. Φανερό παράδειγμα το ΕΚΠΑ το οποίο συνεργάστηκε[3] με το Yale και προσφέρει δωρεάν παρακολούθηση μαθημάτων (που προσμετρώνται προς την απόκτηση πτυχίου) για μεταπτυχιακούς και διδακτορικούς φοιτητές.

Με την δημιουργία ακαδημαϊκών και ερευνητικών συνεργασιών μεταξύ ιδρυμάτων, οι καθηγητές και οι ερευνητές έχουν πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας τεχνογνωσία και πόρους όπως εργαστήρια και βιβλιοθήκες. Η δημιουργία κοινών ερευνητικών κέντρων με διεθνή πανεπιστήμια βοηθάει ώστε να υπάρξουν νέοι καινοτόμοι τομείς έρευνας σε συνδυασμό με το πρόγραμμα του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας αποσκοπεί στην προσέλκυση Ελλήνων του εξωτερικού όσο και ξένων επιστημών αναχαιτίζοντας το φαινόμενο του brain drain.

Τέλος τα Πανεπιστήμια μας και η χώρα μας θα έχουν αρκετά οφέλη, με το πιο σημαντικό το οικονομικό όφελος. Τα έσοδα αυτά θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη και στην βελτίωση των Πανεπιστημίων.

---

[2] Πηγή : "Ερωτήσεις-απαντήσεις για τα οφέλη από τις συμπράξεις Ελληνικών και Αμερικανικών Πανεπιστημίων", https://www.esos.gr/arthra/80604/erotiseis-apantiseis-gia-ta-ofeli-apo-tis-sympraxeis-ellinikon-kai-amerikanikon

[3] Yale partners with the National Kapodistrian University of Athens to advance environmental science and public health

1.5 Study in Greece

Η Study in Greece (SiG) είναι ο εθνικός φορέας της Ελλάδας για τη διεθνοποίηση της Ανώτατης Εκπαίδευσης, την προώθηση των Ελληνικών Δημόσιων Πανεπιστημίων και την υποστήριξη σε διεθνείς φοιτητές. Λειτουργεί υπό την αιγίδα τεσσάρων ελληνικών υπουργείων: Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού, Υπουργείο Εξωτερικών, Υπουργείο Πολιτισμού και Υπουργείο Τουρισμού, αλλά και τη γενικότερη στήριξη του ελληνικού κράτους.

Η Study in Greece είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, που μέλη της είναι όλα τα ελληνικά δημόσια πανεπιστήμια και διοικείται από εννιαμελές διοικητικό συμβούλιο, μέλη ΔΕΠ των ελληνικών πανεπιστημίων.

Η διαδικτυακή πύλη Study in Greece περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται να γνωρίζει ένας διεθνής φοιτητής και η διεθνής ακαδημαϊκή κοινότητα γενικότερα για σπουδές, έρευνα, συνεργασία και διαβίωση στην Ελλάδα. Εκτός από την διαδικτυακή πύλη, το SiG έχει αναπτύξει διάφορες πλατφόρμες, για την πλήρη υποστήριξη της διεθνοποίησης της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα, τη διευκόλυνση της δικτύωσης και την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ ελληνικών και διεθνών πανεπιστημίων, διδασκόντων και ερευνητών.

Η SiG συμμετέχει σε διεθνείς εκπαιδευτικές εκθέσεις με σκοπό την προώθηση των Ελληνικών Πανεπιστημίων και προωθεί την ελληνική τριτοβάθμια εκπαίδευση μέσω διαφόρων εκδηλώσεων προβολής και ενημέρωσης, περιοδειών και παρουσιάσεων που διοργανώνονται σε στενή συνεργασία με τις ελληνικές διπλωματικές αρχές, τις Πρεσβείες και τα Προξενεία στο εξωτερικό, καθώς και τις ξένες διπλωματικές αποστολές στην Ελλάδα. Επιπλέον, σχεδιάζει και συντονίζει παγκόσμιες εκστρατείες προώθησης με στόχο τη διασφάλιση της διεθνούς αναγνώρισης και ευαισθητοποίησης για τα ελληνικά πανεπιστήμια.

Η SiG έχει ως στόχο την προώθηση της ελληνικής ιστορίας και πολιτισμού. Για να επιτύχει αυτόν τον σκοπό, διοργανώνει μαθήματα μικρής διάρκειας (short term) που συνδυάζουν ακαδημαϊκά μαθήματα με πολιτιστικές περιπέτειες, προσφέροντας στους διεθνείς συμμετέχοντες την ευκαιρία να εξερευνήσουν την ελληνική ιστορία και τον ελληνικό πολιτισμό. Επιπλέον, λειτουργεί ως πηγή πληροφοριών για τους Έλληνες της διασποράς

που ενδιαφέρονται να ενημερωθούν σχετικά με σπουδές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες στην Ελλάδα, να ανακαλύψουν τον ελληνικό πολιτισμό και να συνδεθούν με τις ρίζες τους.

Η Study in Greece διευρύνει διαρκώς το διεθνές δίκτυο συνεργαζόμενων πανεπιστημίων, ξένων πρεσβειών, εκπαιδευτικών και πολιτιστικών οργανισμών, μέσω της σύναψης στρατηγικών συνεργασιών αλλά και μέσω διεύρυνσης των υπηρεσιών που προσφέρει τόσο στην ελληνική όσο και τη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα.

1.5.1 Τα πρώτα βήματα στη διεθνοποίηση και στην εξωστρέφεια

Η Study in Greece ξεκίνησε ως εθελοντική δράση ερευνητικής ομάδας, η οποία αποτελούνταν από μέλη ΔΕΠ του Τμήματος Πληροφορικής και Τηλεματικής του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου μαζί με αλλοδαπούς και ημεδαπούς φοιτητές από διάφορα πανεπιστήμια, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εξωτερικών και του Υπουργείου Παιδείας Έρευνας και Θρησκευμάτων. Είχε ως σκοπό την παροχή πληροφοριών φοίτησης και διαβίωσης στην Ελλάδα.

Η δράση δημιουργηθηκε για να καλύψει το κενό που υπήρχε στην παροχή πληροφοριών για σπουδές στη χώρα μας. Σε αντίθεση με όλες σχεδόν τις ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα δεν διέθετε, μέχρι τότε, κάποιο δικτυακό τόπο, ο οποίος να παρέχει συγκεντρωτικά τις πληροφορίες που αφορούν στα προπτυχιακά και τα μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών στα ελληνικά ΑΕΙ και τότε ΤΕΙ και τις προϋποθέσεις και διαδικασίες εκπόνησης διδακτορικών διατριβών. Αυτό είχε ως συνέπεια οι δυνητικοί αλλοδαποί φοιτητές να χάνουν το ενδιαφέρον για την χώρα μας και να επιλέγουν άλλες ευρωπαϊκές χώρες για τις σπουδές τους, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να χάνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τομέα αυτό.

Επιπρόσθετα, όσοι φοιτητές του εξωτερικού επέλεγαν να σπουδάσουν στην χώρα μας αντιμετώπιζαν σειρά προβλημάτων (αιτήσεις εισαγωγής, δήλωση μαθημάτων), τα οποία δεν μπορούσαν να λύσουν χωρίς καταρτισμένη καθοδήγηση και συμβουλευτική.

1.5.2 Σύντομη Ιστορική Αναδρομή της δημιουργίας της Study in Greece

- 2014: Στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο παρουσιάστηκε κενό ως προς την ύπαρξη μιας πύλης παροχής πληροφοριων για τις σπουδές στην Ελλαδα .

- 2015-2021: Η Study in Greece δημιουργείται για να καλυφθεί αυτό το κενό και λειτουργεί ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός υπό την αιγίδα του Υπουργείου Παιδείας Θρησκευτικών και Αθλητισμού, Εξωτερικών, Τουρισμού, Πολιτισμού
- 2021: ΕΣΠΑ 2014-2022 (έληξε στις 31 Οκτωβρίου 2023) "Study in Greece: Εξωστρέφεια - Διεθνοποίηση των ελληνικών πανεπιστημίων"
- 2022: Απόφαση για την ίδρυση εταιρείας: 101η Σύνοδος Πρυτάνεων(Αθήνα, Δεκέμβριος 2022) Νομοθετικό πλαίσιο που προβλέπεται από το Υπουργείο Παιδείας (νόμος 4957/22)
- 2023: Υπογραφή του καταστατικού: 102η Συνέλευση Πρυτάνεων (Κέρκυρα, Μάρτιος 2023) Η Γενική Συνέλευση: Τα 24 Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια.

1.5.3 Οι δράσεις εξωστρέφειας και διεθνοποίησης της Study in Greece

Η Study in Greece μέσω της ιστοσελίδας παρέχει σαφείς και ολοκληρωμένες πληροφορίες σχετικά με τις σπουδές στην Ελλάδα και τα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια. Επιπρόσθετα, μέσω της υπηρεσίας υποστήριξης χρηστών - HelpDesk, που δημιουργήθηκε και το οποίο ως σήμερα έχει λάβει πάνω από 2000 αιτήματα, η Study in Greece βοηθά να επιλυθούν προβλήματα ή απορίες , αποτελεσματικά και γρήγορα.

Επιπρόσθετα έχει συμμετάσχει ως τωρα σε 30 εκπαιδευτικές εκθέσεις (live-remote) σε χώρες τους εξωτερικού, ως εκπρόσωπος των Ελληνικών Δημόσιων Πανεπιστημίων. Έχει υπάρξει εταίρος σε 40 συνεργασίες μεταξύ ελληνικών και ξένων πανεπιστημίων και έχει πραγματοποιήσει 10 συμφωνίες συνεργασίας με διεθνείς οργανισμούς προώθησης.

Έχει συντονίσει, υλοποιήσει και υποστηρίξει 15 θερινά σχολεία εώς τώρα, προωθώντας έτσι την Ελλάδα και την ελληνικη κουλτούρα ενώ έχει διοργανώσει περισσότερα από 10 εκπαιδευτικά - ενημερωτικά σεμινάρια και workshops τόσο διαδικτυακά όσο και διά ζώσης σε συνεργασία με διεθνείς εκπαιδευτικούς ομίλους όπως το IIE, British Council, Fulbright, Studyportals, κ.λπ. με στόχο να ενισχύσουν την κατανόηση των διεθνών δυνατοτήτων αλλά και να προωθήσουν την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των ελληνικών πανεπιστημίων και πανεπιστημίων του εξωτερικού.

Συνολικά, η Study in Greece αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την υποστήριξη της εξωστρέφειας και της διεθνοποίησης της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, αφού έχει καταφέρει

να συνδυάσει επιτυχώς προώθηση, διαφήμιση και επικοινωνία για το κοινό των διεθνών φοιτητών ενισχύοντας την ακαδημαϊκή ανάπτυξη καθώς και τη διεθνή δυναμική της χώρας μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΣΥΣΤΉΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΊΡΙΣΗΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΈΝΟΥ

2.1 Εισαγωγή στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου - CMS

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) είναι ένα λογισμικό ή ένα σύνολο σχετικών προγραμμάτων που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία και τη διαχείριση ψηφιακού περιεχομένου χωρίς να χρειάζονται τεχνικές γνώσεις. Ο πρωταρχικός σκοπός ενός CMS είναι να απλοποιήσει τη διαδικασία δημιουργίας, επεξεργασίας και δημοσίευσης περιεχομένου για χρήστες με διαφορετικά επίπεδα τεχνικής εξειδίκευσης. Οι πλατφόρμες CMS χρησιμοποιούνται ευρέως για ιστότοπους, ιστολόγια και διαδικτυακές εφαρμογές. Με άλλα λόγια, ένα CMS επιτρέπει στον χρήστη να δημιουργήσει έναν ιστότοπο χωρίς να χρειάζεται να γράψει κώδικα από το μηδέν.

Με την χρήση ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, ο οποίος είναι συνδεδεμένος στο διαδίκτυο, ο χρήστης μέσω ενός προγράμματος περιήγησης μπορεί να πραγματοποιήσει αλλαγές καθώς και οποιαδήποτε επεξεργασία στην ιστοσελίδα. Μπορεί να συντάξει ένα κείμενο, να προσθέσει μια εικόνα, να ενημερώσει άμεσα την ιστοσελίδα του και άλλα πολλά. Οι αλλαγές γίνονται αυτόματα διαθέσιμες πάλι μέσω του διαδικτύου, σε όλους τους επισκέπτες και χρήστες του δικτυακού τόπου ενώ δεν χρειάζεται να έχει εγκατεστημένα ειδικά προγράμματα επεξεργασίας ιστοσελίδων.

2.2 Βασικές πτυχές των CMS

Κάποιες από τις βασικές πτυχές των CMS είναι οι εξής:

- **Δημιουργία και επεξεργασία περιεχομένου:** Επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν, να επεξεργάζονται και να διαχειρίζονται το ψηφιακό περιεχόμενο χωρίς να απαιτούνται υψηλές τεχνικές γνώσεις. Συνήθως παρέχει μια φιλική προς το χρήστη διεπαφή για τη δημιουργία περιεχομένου, παρόμοια με το λογισμικό επεξεργασίας κειμένου.

- **Αποθήκευση περιεχομένου:** Το CMS αποθηκεύει το περιεχόμενο με δομημένο τρόπο, συχνά χρησιμοποιώντας βάσεις δεδομένων. Αυτό επιτρέπει την αποτελεσματική οργάνωση, ανάκτηση και διαχείριση του περιεχομένου.

- **Έλεγχος εκδόσεων:** Τα συστήματα CMS συχνά περιλαμβάνουν δυνατότητες ελέγχου εκδόσεων, επιτρέποντας στους χρήστες να παρακολουθούν τις αλλαγές που πραγματοποιούνται στο περιεχόμενο με την πάροδο του χρόνου. Αυτό είναι πολύτιμο για σκοπούς ελέγχου και για την επαναφορά σε προηγούμενες εκδόσεις, αν χρειαστεί.

- **Template:** Οι πλατφόρμες CMS χρησιμοποιούν συνήθως πρότυπα για τον διαχωρισμό του content από το design. Αυτό βοηθάει στην αλλαγή του design χωρίς να επηρεάζεται η δομή του περιεχομένου.

- **User Permissions:** Το CMS παρέχει έλεγχο πρόσβασης βάσει ρόλων (Admin, Editor, Manager κλπ), επιτρέποντας στους διαχειριστές να ορίζουν διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης για διάφορους χρήστες. Αυτό διασφαλίζει ότι μόνο εξουσιοδοτημένα άτομα μπορούν να εκτελούν συγκεκριμένες ενέργειες.

- **Plugins and Extensions**: Πολλές πλατφόρμες CMS υποστηρίζουν πρόσθετα (Plugins) ή επεκτάσεις (Extensions), τα οποία είναι πρόσθετα κομμάτια λογισμικού που μπορούν να προστεθούν για να βελτιώσουν τη λειτουργικότητα. Αυτό καθιστά δυνατή την επέκταση των δυνατοτήτων του CMS ώστε να ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες.

- **SEO**: Ένα καλό CMS έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίζει τις βέλτιστες πρακτικές βελτιστοποίησης του SEO, βοηθώντας τους ιστότοπους να κατατάσσονται καλά στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης.

- **Χαρακτηριστικά ασφαλείας:** Η ασφάλεια είναι μια κρίσιμη πτυχή του CMS. Περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως ο έλεγχος ταυτότητας χρήστη, η κρυπτογράφηση δεδομένων και η προστασία από κοινές ευπάθειες του διαδικτύου, ώστε να διασφαλίζεται η ακεραιότητα και η εμπιστευτικότητα του περιεχομένου καθώς και να παραμένουν ασφαλή τα προσωπικά δεδομένα των επισκεπτών.

Οι πιο δημοφιλείς πλατφόρμες CMS είναι το WordPress, το Joomla και το Drupal. Η επιλογή ενός CMS εξαρτάται από συγκεκριμένες απαιτήσεις, όπως ο τύπος του ιστότοπου, οι ανάγκες και οι προτιμήσεις των χρηστών.

2.3 Είδη CMS

Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου κατατάσσονται σε διάφορες κατηγορίες βάσει διακριτών χαρακτηριστικών. Σύμφωνα με τον Θ. Βασδέκη, αυτές οι κατηγορίες διαφοροποιούνται ανάλογα με το είδος του παρόχου και με το πού βρίσκεται ο χώρος αποθήκευσης και διαχείρισης της βάσης δεδομένων του CMS.

2.3.1 Με βάση το χώρο αποθήκευσης και διαχείρισης : ASP και Licensed.

Στα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου του τύπου Application Service Provider (ASP), τα δεδομένα και το λογισμικό φιλοξενούνται στον διακομιστή της εταιρείας από τον προμηθευτή. Αυτό επιφέρει μείωση των δαπανών για την αγορά λογισμικού και του υλικού, καθώς η φιλοξενία του CMS δεν απαιτεί εσωτερική υποδομή. Επίσης, μειώνονται οι ανάγκες για τεχνικούς πόρους, όπως τεχνικοί δικτύου, καθώς η συντήρηση αναλαμβάνεται από τον πάροχο. Επιπλέον, τα ASP CMS προσφέρουν συνεχή εξέλιξη μέσω της άμεσης ανανέωσης και πρωτοπορίας από τον πάροχο, προσφέροντας στους πελάτες νέες λειτουργίες και ανανεώσεις.

Αντίθετα, στα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου με άδεια χρήσης (Licensed CMS), ο προμηθευτής παρέχει μόνο την άδεια χρήσης, ενώ ο διαχειριστής είναι υπεύθυνος για την εγκατάσταση, τη ρύθμιση και τη συντήρηση. Αυτή η προσέγγιση εξασφαλίζει τη φιλοξενία και τη διαχείριση των δεδομένων από τον ίδιο τον οργανισμό. Τα Licensed CMS είναι κατάλληλα για οργανισμούς που έχουν ήδη αντίστοιχες υπηρεσίες στις εγκαταστάσεις τους, όπως το Σύστημα Διαχείρισης Εξυπηρέτησης Πελατών (CRM), επομένως είναι οικονομικά επιλέξιμοι για τη συντήρηση του CMS συγχρόνως με άλλες υπηρεσίες.

2.3.2 Με βάση το είδος του παρόχου : Commercial, Open source, Managed Open Source

Commercial: Αναφερόμαστε σε λογισμικό το οποίο αναπτύσσεται και υποστηρίζεται από εταιρείες, είτε είναι κερδοσκοπικές είτε μη κερδοσκοπικές. Οι πάροχοι αναλαμβάνουν την ανάπτυξη και την τεχνική υποστήριξη του λογισμικού. Σήμερα, αυτές οι εμπορικές λύσεις είναι πιο διαδεδομένες από τις ελεύθερες λύσεις των open source CMS.

Open Source: Στην περίπτωση του λογισμικού ανοικτού κώδικα, δημιουργείται και συντηρείται από έναν ανεπίσημο και ανιδιοτελή συνεργάτη μιας κοινότητας χρηστών. Στη συνέχεια, διανέμεται στα μέλη της κοινότητας για συγκεκριμένο σκοπό. Το κόστος αυτού του λογισμικού πρέπει να συμπεριλαμβάνει τα έξοδα τεχνικής υποστήριξης, καθώς και το εσωτερικό υλικό και λογισμικό και το τεχνικό προσωπικό για τη συντήρηση του συστήματος.

Managed Open Source: Η διαχείριση του ανοικτού κώδικα σε συνδυασμό με εμπορικές υπηρεσίες αφορά την υιοθέτηση μιας λύσης ανοικτού κώδικα ως τη βασική πλατφόρμα, με παράλληλη προσφορά συμπληρωματικών υπηρεσιών τεχνικής υποστήριξης από τον πάροχο. Αυτή η προσέγγιση είναι σχεδόν ανύπαρκτη σήμερα στους μη κερδοσκοπικούς παρόχους. Ωστόσο, οι λύσεις που συνδυάζουν τον ανοικτό κώδικα με εμπορικές υπηρεσίες αναμένεται να αναπτυχθούν στο μέλλον.

2.4 Πλεονεκτήματα CMS

Τα πλεονεκτήματα των CMS είναι πολλά, ειδικά όταν πρόκειται για διαχείριση ιστοσελίδων και περιεχομένου. Ανάλογα με τις ανάγκες μας και του κάθε CMS που χρησιμοποιούμε, τα πλεονεκτήματα μπορεί να ποικίλουν. Παρακάτω είναι μερικά από τα κύρια πλεονεκτήματα των CMS:

- **Ευκολία Χρήσης**: Τα CMS παρέχουν δυνατότητες που καθιστούν εύκολη τη δημιουργία, επεξεργασία και διαχείριση περιεχομένου χωρίς την ανάγκη για προηγούμενες γνώσεις προγραμματισμού.

- **Διαχείριση Περιεχομένου**: Με προηγμένα εργαλεία βοηθούν στην διαχείριση του περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας δημιουργίας, ενημέρωσης και διαγραφής περιεχομένου.

- **Σχεδιασμός και Ευελιξία**: Μέσω θεμάτων (themes) και πρόσθετων (plugins) επιτρέπουν την εύκολη προσαρμογή της εμφάνισης και της δομής του ιστότοπου.

- **Συνεργατική Διαχείριση**: Παρέχουν συστήματα για συνεργατική εργασία, επιτρέποντας σε πολλούς χρήστες να συνεισφέρουν, να επεξεργαστούν και να διαχειριστούν περιεχόμενο βάσει ρόλων.

- **Ασφάλεια**: Τα καλά σχεδιασμένα CMS προσφέρουν λύσεις ασφαλείας, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας από επιθέσεις και των ευπαθειών ασφαλείας.

- **Ενημερώσεις και Επέκταση**: Η κοινότητα των χρηστών και οι προγραμματιστές παρέχουν συνεχείς ενημερώσεις, βελτιώσεις και νέα χαρακτηριστικά, κάτι το οποίο προσφέρει μεγαλύτερη ευκολία χρήσης των CMS.

- **Εξοικονόμηση Χρόνου**: Εξοικονομούν χρόνο στη δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου, επιτρέποντας στους χρήστες να επικεντρώνονται στο περιεχόμενο αντί στις τεχνικές λεπτομέρειες.

- **SEO:** Οι αλλαγές και οι αναβαθμίσεις που γίνονται εμφανίζονται γρήγορα στις μηχανές αναζήτησης. Οι χρήστες των μηχανών αναζήτησης μπορούν να βρουν τις πληροφορίες που αναζητούν.

- **Φιλικά προς όλες τις συσκευές:** Δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες να μπορούν να δουν καθώς και να επεξεργαστούν την εμφάνιση του ιστοτόπου σε όλες τις συσκευες (Desktop, Mobile, Tablet)

Τα παραπάνω είναι κάποια από τα βασικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τα CMS ιδιαίτερα χρήσιμα. Ωστόσο, ανάλογα με το CMS που θα επιλέξουμε μπορεί να συναντήσουμε κι άλλα πιο ειδικά πλεονεκτήματα.

2.5 CMS Ανοιχτού Κώδικα

Ένα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου Ανοικτού Κώδικα (CMS) είναι λογισμικό του οποίου ο πηγαίος κώδικας είναι δημόσια διαθέσιμος, επιτρέποντας στους χρήστες να τον τροποποιούν και να τον διανέμουν ελεύθερα χωρίς να απαιτείται άδεια ή χρέωση. Τα CMS ανοιχτού κώδικα παρέχουν ευελιξία, προσαρμοστικότητα και συνεργατική ανάπτυξη. Ακολουθούν ορισμένα δημοφιλή CMS ανοιχτού κώδικα:

- WordPress
- Joomla
- Drupal
- Magento

Αυτά τα CMS παρέχουν διάφορες λειτουργίες και είναι διαθέσιμα δωρεάν για χρήση και προσαρμογή. Η επιλογή εξαρτάται από τις ανάγκες και τον τύπο της ιστοσελίδας που θέλουμε να δημιουργήσουμε.

2.6 Κριτήρια Επιλογής CMS

Ένα CMS αποτελεί μία αγορά κεφαλαίου. Υπάρχουν πολλές διαθέσιμες λύσεις για τη διαχείριση περιεχομένου, γι' αυτό και υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη πριν αποφασιστεί η χρήση ενός CMS. Τα κριτήρια επιλογής του λογισμικού αυτού, επομένως θα πρέπει να είναι τα εξής:

- **Open Source ή Commercial, ASP ή Licenced**: Ο διαχειριστής θα πρέπει να εξετάσει τα διάφορα είδη των CMS που αναφέρθηκαν και παραπάνω και να καταλήξει σε μία επιλογή μεταξύ Open Source ή Commercial και σε ASP ή Licenced ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες που έχει ο ιστότοπος που θέλει να δημιουργήσει και να διαχειριστεί.

- **Χρήστες- Συντάκτες Περιεχομένου**: Πρέπει να ληφθεί υπόψη ο αριθμός των χρηστών που θα συνεισφέρουν στην ιστοσελίδα. Επίσης, σημαντικό είναι το είδος του περιεχομένου για το οποίο ο κάθε χρήστης θα είναι υπεύθυνος, καθώς και εάν το περιεχόμενο αυτό θα δημοσιεύεται άμεσα στον ιστότοπο ή θα περνάει από τον έλεγχο του αρχισυντάκτη. Με βάση αυτα τα δεδομένα, ο διαχειριστής θα επιλέξει το κατάλληλο CMS το οποίο θα του προσφέρει δυναμική και ασφαλή λειτουργία ροής περιεχομένου και δυνατότητα διαχείρισης και ελέγχου των συντακτών/χρηστών.

- **Είδη Περιεχομένου**: Τα περισσότερα CMS διαχειρίζονται κείμενα, γραφικά και φωτογραφίες, υπάρχουν άλλα που διαχειρίζονται υλικό με πλούσια μορφοποίηση, ή συλλογές φωτογραφιών και ήχο ή βίντεο streaming. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να επιλεγεί το κατάλληλο CMS σύμφωνα με τις μορφές του περιεχομένου, που θα αναρτάται στην ιστοσελίδα. .

- **Επανασχεδίαση ή Μετακίνηση**: Αρκετά σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί η δυνατότητα εύκολου επανασχεδιασμού του διαδικτυακού χώρου καθώς και η μεταφορά των στοιχείων από μια παλιά ιστοσελίδα. Η εύκολη μετακίνηση του κώδικα και των δεδομένων της ιστοσελίδας είναι πολύ σημαντική σε αυτήν την περίπτωση.

- **Πολυπλοκότητα Εμφάνισης**: Αφορά την υποστήριξη από το λογισμικό για την παρουσίαση του διαδικτυακού τόπου. Εάν η ιστοσελίδα περιλαμβάνει δυναμικά μενού πλοήγησης, στοιχεία Flash, ή άλλες σύνθετες γλώσσες γραφικού σχεδιασμού, τότε απαιτείται ένα πιο προηγμένο σύστημα διαχείρισης περιεχομένου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : WORDPRESS

3.1. Ορισμός και Πληροφορίες

Το WordPress είναι ένα δωρεάν ανοικτού κώδικα Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS). Είναι γνωστό για το φιλικό προς τον χρήστη περιβάλλον, την ευελιξία και το τεράστιο φάσμα θεμάτων (Themes) και πρόσθετων προγραμμάτων (Plugins). Είναι μεταξύ των πιο δημοφιλών συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου - χρησιμοποιήθηκε από το 43,1% των 10 εκατομμυρίων κορυφαίων ιστότοπων τον Δεκέμβριο του 2023. Δημιουργήθηκε αρχικά ως εργαλείο για τη δημοσίευση ιστολογίων, αλλά εώς τώρα έχει εξελιχθεί αρκετά και ετσι προσφέρει ακόμα περισσότερες δυνατότητες όπως δημιουργία ιστότοπων, mailing lists και forum, gallery πολυμέσων, e-learning και eshops.

Το WordPress είναι γραμμένο σε γλώσσα PHP και χρησιμοποιεί το σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων MySQL. Τα χαρακτηριστικά του (Features), περιλαμβάνουν plugins και templates , τα οποία αναφέρονται ως "Themes" . Τα περισσότερα θέματα και plugins του WordPress είναι δωρεάν αλλά υπάρχουν αρκετά και επί πληρωμή.

3.2. Χαρακτηριστικά και Δυνατότητες

Ακολουθούν ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά και πτυχές του WordPress:

- **Εύκολη χρήση**: Το WordPress είναι γνωστό για την απλότητα και τη φιλική προς το χρήστη διεπαφή, καθιστώντας το προσιτό σε χρήστες με διαφορετικά επίπεδα τεχνικής εξειδίκευσης. Η εγκατάσταση καθώς και η αναβάθμιση του ιστοχώρου ειναι ευκολες διαδικασίες καθώς ακολουθούν συγκεκριμένο αριθμό βημάτων, εύκολων στην υλοποίηση.

- **Θέματα**: Διατίθεται ένα ευρύ φάσμα παραμετροποιήσιμων θεμάτων, επιτρέποντας στους χρήστες να αλλάζουν εύκολα την εμφάνιση και την αίσθηση των ιστότοπων τους.

- **Plugins**: Το τεράστιο πλήθος των πρόσθετων του WordPress επιτρέπει στους χρήστες να προσθέτουν διάφορες λειτουργίες στους ιστότοπους τους, όπως βελτιστοποίηση SEO, ηλεκτρονικό εμπόριο, φόρμες επικοινωνίας και πολλά άλλα.

- **Κοινότητα και υποστήριξη**: Με μια τεράστια κοινότητα users, developers και συνεργατών, το WordPress διαθέτει πληθώρα φόρουμ και καναλιών υποστήριξης.

- **Διαχείριση περιεχομένου**: Το WordPress υπερέχει στη διαχείριση διαφορετικών τύπων περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων των αναρτήσεων ιστολογίου, των σελίδων, των μέσων ενημέρωσης και των προσαρμοσμένων τύπων περιεχομένου.

- **SEO**: Το WordPress είναι εγγενώς σχεδιασμένο με γνώμονα τη βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), παρέχοντας χαρακτηριστικά και plugins για την ενίσχυση της εμφάνισης ενός ιστότοπου στις μηχανές αναζήτησης .

- **Προσαρμογή**: Οι χρήστες μπορούν να προσαρμόσουν τους ιστοτόπους τους στο WordPress μέσω θεμάτων και plugins, ενώ για τους πιο προχωρημένους χρήστες, μπορούν να τροποποιήσουν απευθείας τον κώδικα.

- **Αναβαθμίσεις και ασφάλεια**: Κυκλοφορούν τακτικές ενημερώσεις για την ενίσχυση των λειτουργιών, τη βελτίωση της ασφάλειας και τη διόρθωση σφαλμάτων. Είναι ζωτικής σημασίας να διατηρείται το WordPress, τα θέματα και τα plugins ενημερωμένα για λόγους ασφαλείας.

- **Πολυγλωσσική υποστήριξη**: Το WordPress υποστηρίζει πολλαπλές γλώσσες, επιτρέποντας στους χρήστες να δημιουργούν περιεχόμενο σε διαφορετικές γλώσσες.

- **Σύστημα Χρηστών**: Το Wordpress δίνει την δυνατότητα οι χρήστες να έχουν διαφορετικούς ρόλους ωστε ο κάθε ρόλος να έχει διαφορετικά δικαιώματα επεξεργασίας και δυνατοτήτων στον ιστοχώρο. Εκτός απο αυτο δίνει την δυνατότητα προσθήκης συνθηματικού σε σελίδες και αναρτήσεις ετσι ωστε να εχουν προσβαση σε αυτά μόνο όσοι γνωρίζουν το συνθηματικό.

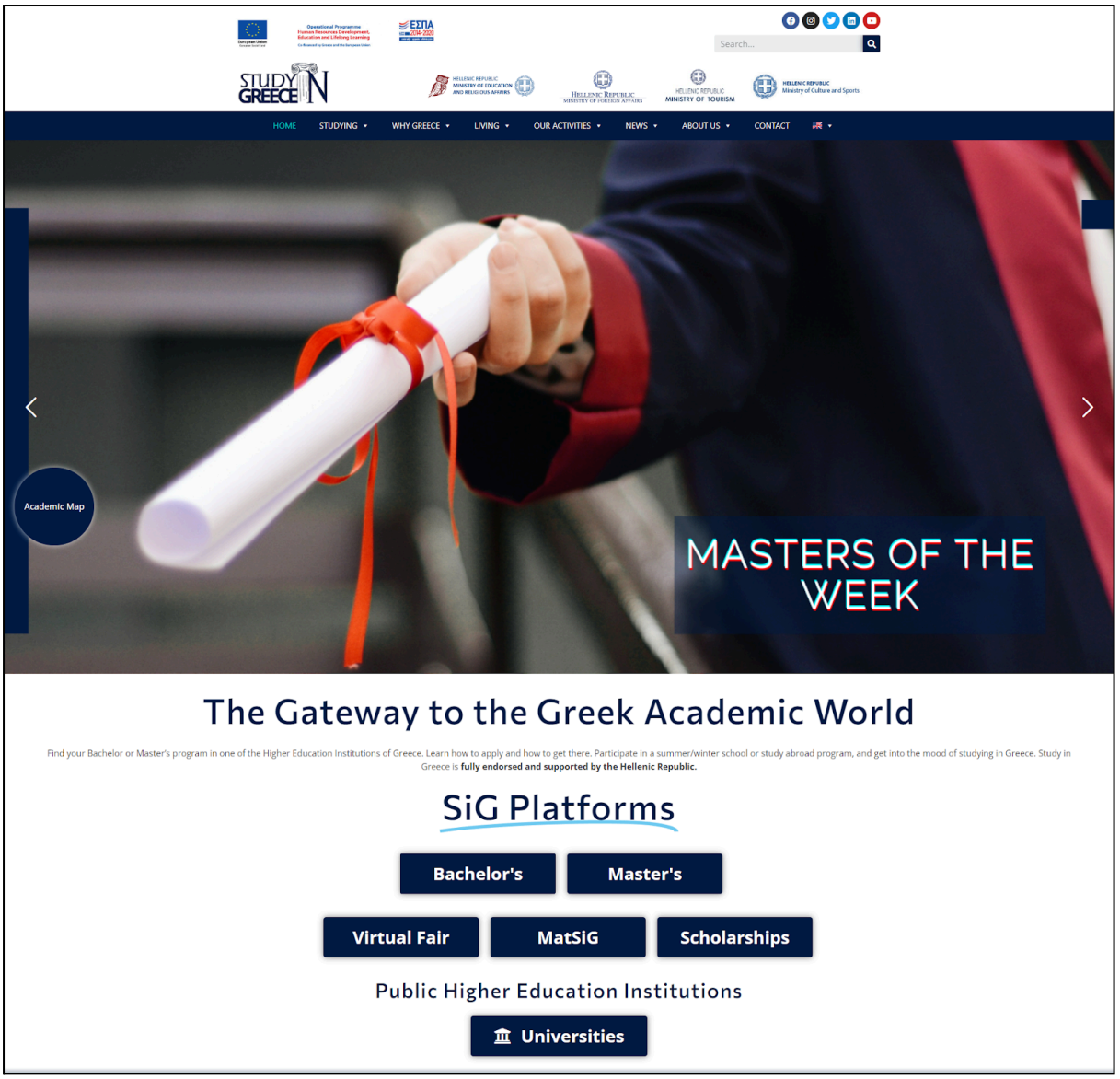
3.3 Κριτήρια Επιλογής WordPress

Το βασικό κριτήριο επιλογής του WordPress ήταν το γεγονός ότι και η προηγούμενη έκδοση της ιστοσελίδας Study in Greece ήταν σχεδιασμένη με την χρήση Wordpress, άρα ήταν ευκολότερο να διατηρήσουμε αυτή την επιλογη για να επανασχεδιάσουμε την ιστοσελίδα. Επιπρόσθετα όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω το WordPress είναι εγγενώς σχεδιασμένο με γνώμονα τη βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), καθώς λοιπόν στόχος την παρούσας διπλωματικής εργασίας ήταν και η ενίσχυση στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ θεωρήσαμε ότι το WordPress θα μας βοηθήσει. Συνοψίζοντας επιλέξαμε το WordPress καθώς παρέχει κατάλληλες λειτουργίες και χαρακτηριστικά τα οποία θα μας βοηθήσουν να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα για την ιστοσελίδα μας.

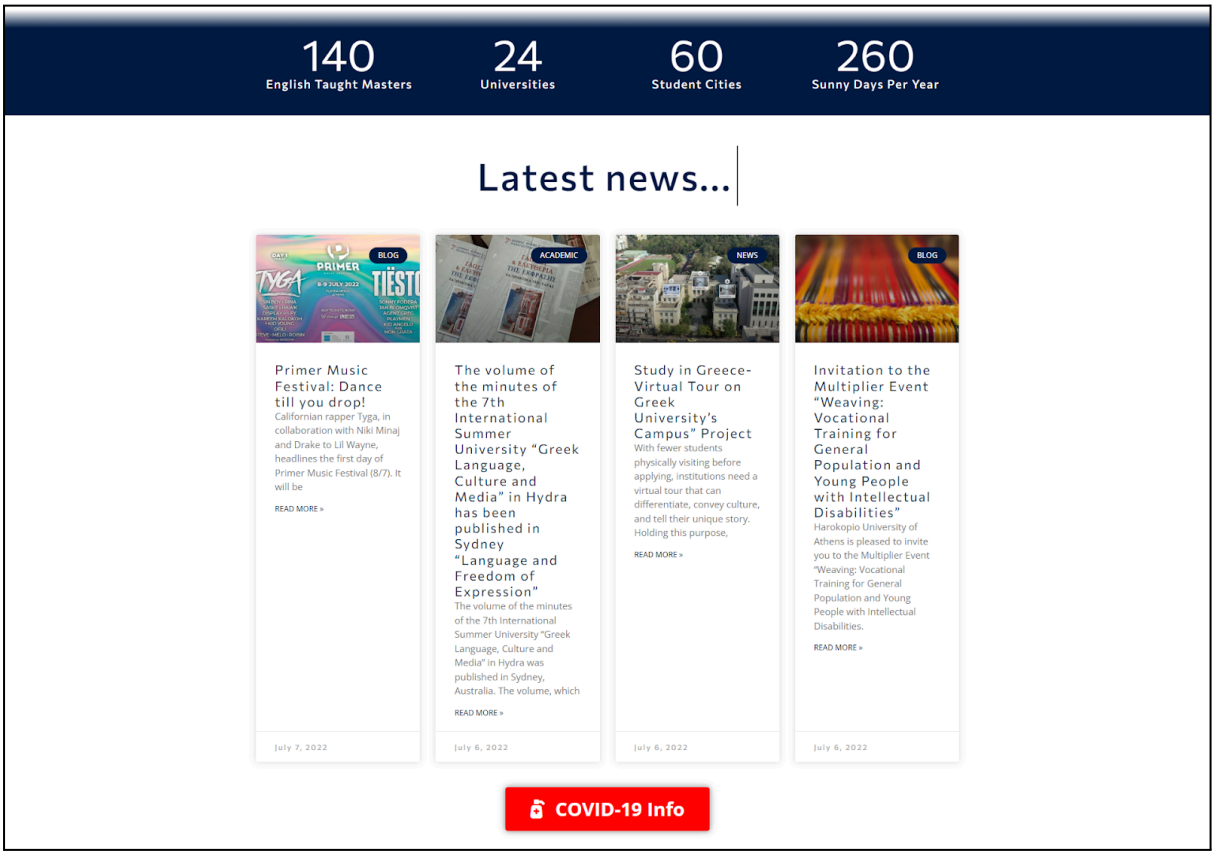
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΉ ΠΎΛΗ STUDY IN GREECE

4.1 Αρχική Έκδοση Ιστοσελίδας

Η αρχική δημιουργία της ηλεκτρονικής πύλης της Study in Greece, στηρίχθηκε σε μια αρκετά συγκεκριμένη δομή η οποία εξυπηρετούσε και ένα συγκεκριμένο φάσμα αναγκών (Εικόνα 4.1.1 έως Εικόνα 4.1.5).

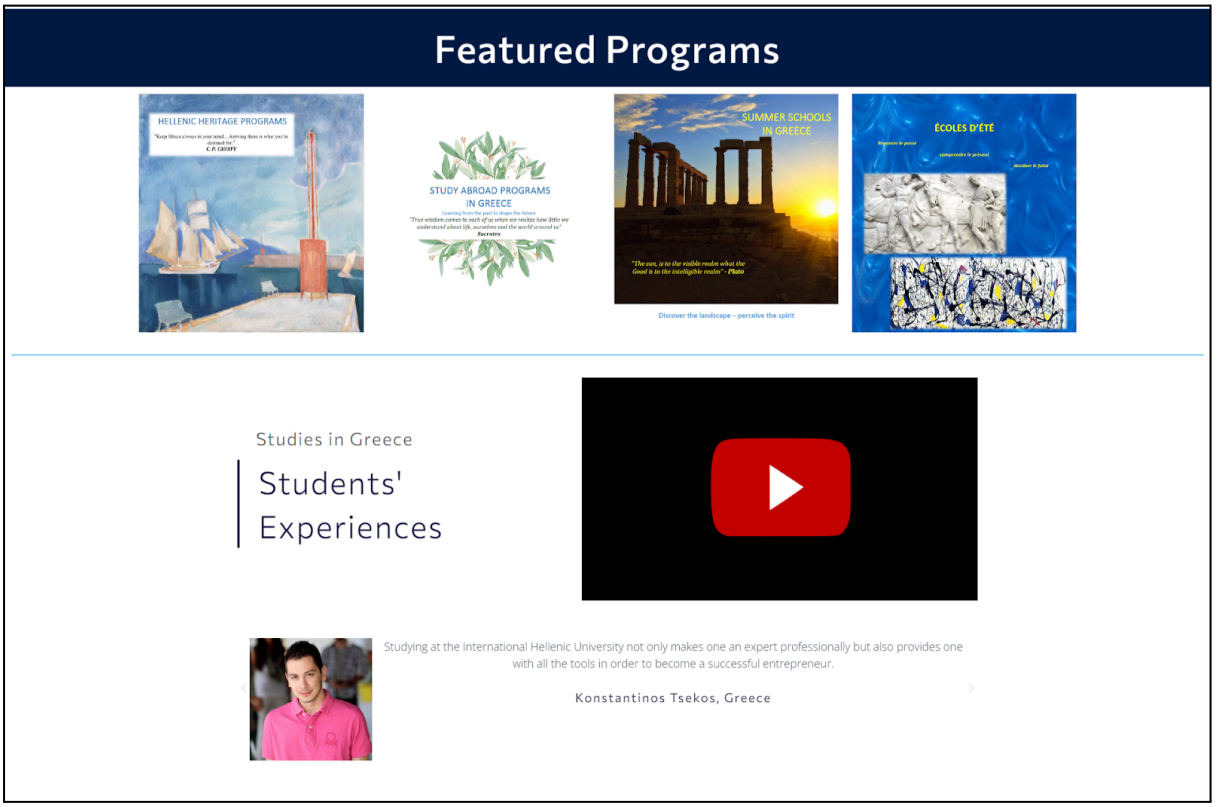


Εικόνα 4.1.1: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

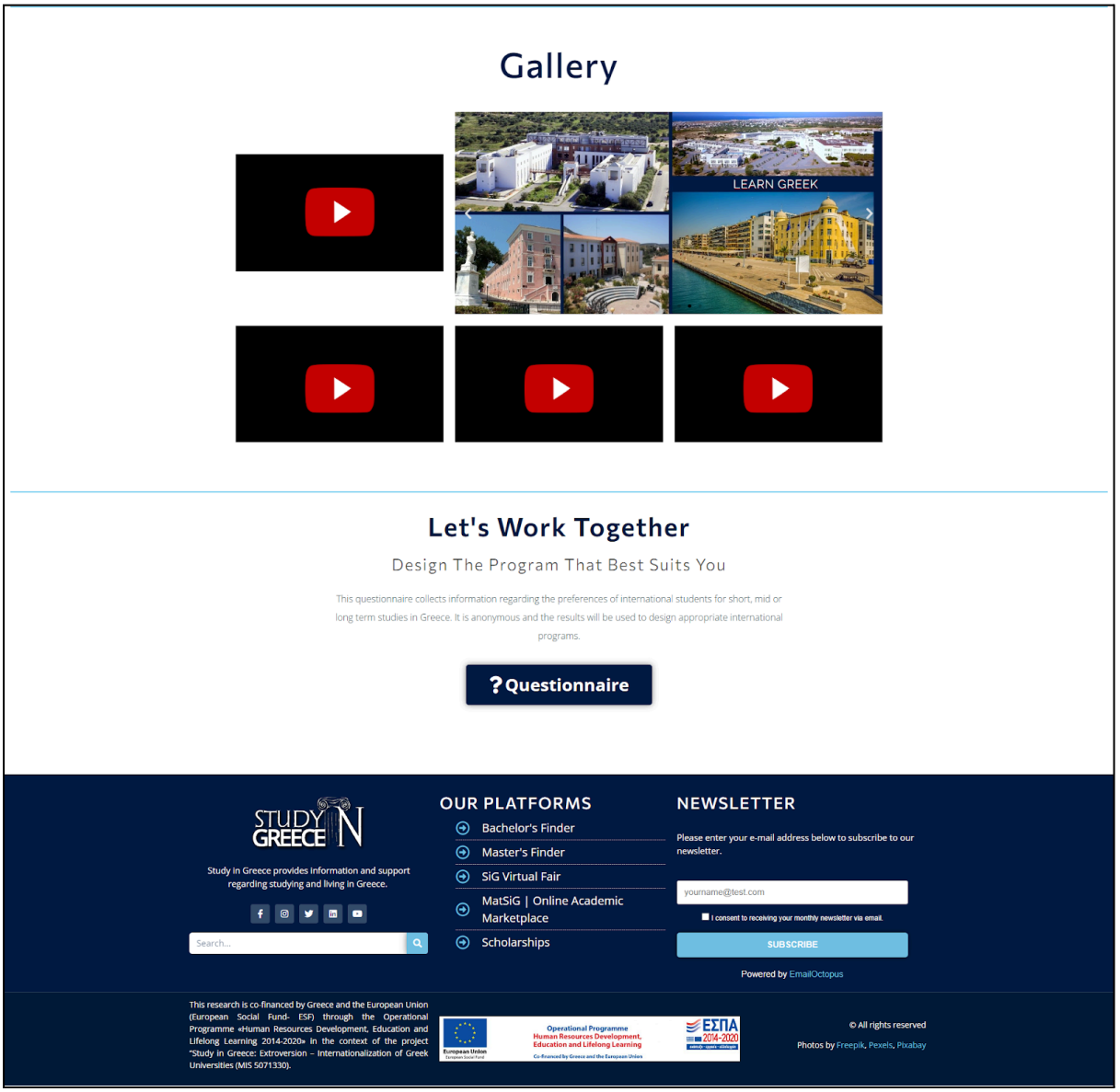


Εικόνα 4.1.2: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

Εικόνα 4.1.3: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece



Εικόνα 4.1.4: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece



Εικόνα 4.1.5: Παλαιότερη έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

4.2 Γραφιστικά Στοιχεία

Όπως έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενη ενότητα τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου μας δίνουν την δυνατότητα να δημιουργήσουμε όμορφες και ελκυστικές ιστοσελίδες. Μπορούμε με απλά βήματα να δημιουργήσουμε και να επεξεργαστούμε τις ιστοσελίδες μας χωρις να έχουμε βασικές τεχνικές γνώσεις.

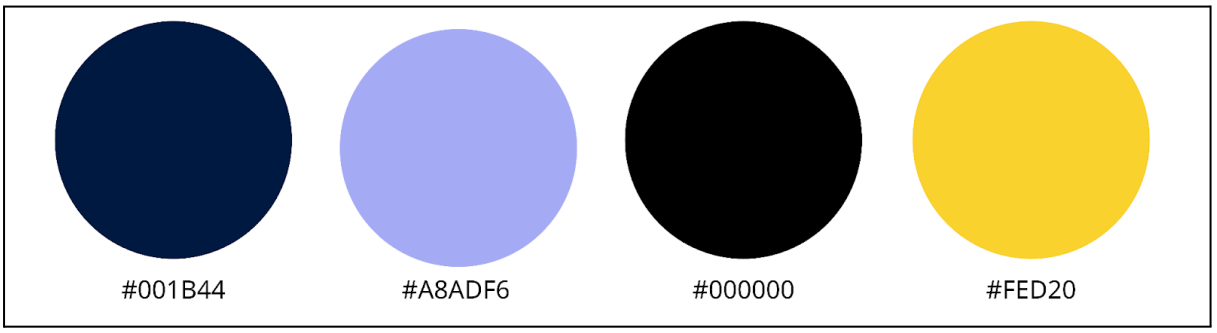
Είναι πολύ σημαντικό όταν είμαστε στην διαδικασία δημιουργίας μιας ιστοσελίδας να σκεφτόμαστε ότι θα πρέπει αρχικά να είναι ελκυστική αλλά ταυτόχρονα να έχει ένα περιβάλλον που θα είναι εύκολο και φιλικό προς τον επισκεπτη.

Η εμφάνιση είναι ένα από τα βασικά στοιχεία του ιστοτόπου μας αλλά όχι το πιο βασικό. Το βασικότερο στοιχείο είναι ο επισκέπτης να βρίσκει την πληροφορία που θέλει σε λιγοτερα απο 3 κλίκ[4]. Άρα είναι πολύ σημαντικο να έχουμε μελετήσει και την δομή του ιστοχώρου μας πριν ξεκινήσουμε την υλοποίησή τους.

Περιττά στοιχεία σχεδιασμού, ή χρήση icons που δεν εξυπηρετούν κανένα λειτουργικό σκοπό, μπορεί να δυσκολεύουν τους επισκέπτες να περιηγηθούν στον ιστοχώρο. Η απλότητα βοηθάει από άποψη ευχρηστίας και εμπειρίας χρήστη και μπορεί να αποτυπωθεί με την σωστή επιλογή χρωμάτων, γραμματοσειρών και γραφικών.

Όσον αφορά τα χρώματα, συνιστάται η χρήση το πολύ μέχρι πέντε διαφορετικών χρωμάτων στο σχεδιασμό. Οι χρωματικοί συνδυασμοί που χρησιμοποιήθηκαν στην διαδικασία σχεδιασμού της ιστοσελίδας μας είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την εικόνα του ιστοτόπου και την κάνουν πιο ευχάριστη και ξεκούραστη για το μάτι του επισκέπτη.

Για το σχεδιασμό της ηλεκτρονικής πύλης χρησιμοποιήσαμε ένα γενικό σύνολο χρωμάτων. Αρχικά επιλέξαμε ένα σκούρο μπλε το οποίο είναι αρκετά κοντά στην απόχρωση του λογότυπου μας. Στη συνέχεια επιλέξαμε ένα χρώμα για κάθε κατηγορία του μενού μας, τα οποία θα ταιριάζουν με το μπλε. Επιλέξαμε έντονα χρώματα, για να δώσουμε μια ευχάριστη και νεανική νότα στην ιστοσελίδα μας. Τέλος, στο μεγαλύτερο τμήμα του ιστοχώρου έχουμε χρησιμοποιήσει λευκό background. Η επιλογή των χρωματικών συνδυασμών φαίνονται παρακάτω:



Εικόνα 4.2.1 : Χρωματική παλέτα της διαδικτυακής πύλης της Study in Greece

[4] Ο κανόνας τριών κλικ ή κανόνας τριών κλικ είναι ένας ανεπίσημος κανόνας σχεδίασης ιστοσελίδων που αφορά τον σχεδιασμό της πλοήγησης στον ιστότοπο. Υποδηλώνει ότι ένας χρήστης ενός ιστότοπου θα πρέπει να μπορεί να βρει οποιαδήποτε πληροφορία με όχι περισσότερα από τρία κλικ του ποντικιού. Βασίζεται στην πεποίθηση ότι οι χρήστες ενός ιστότοπου θα απογοητευτούν και συχνά θα φύγουν εάν δεν μπορούν να βρουν τις πληροφορίες μέσα στα τρία κλικ.

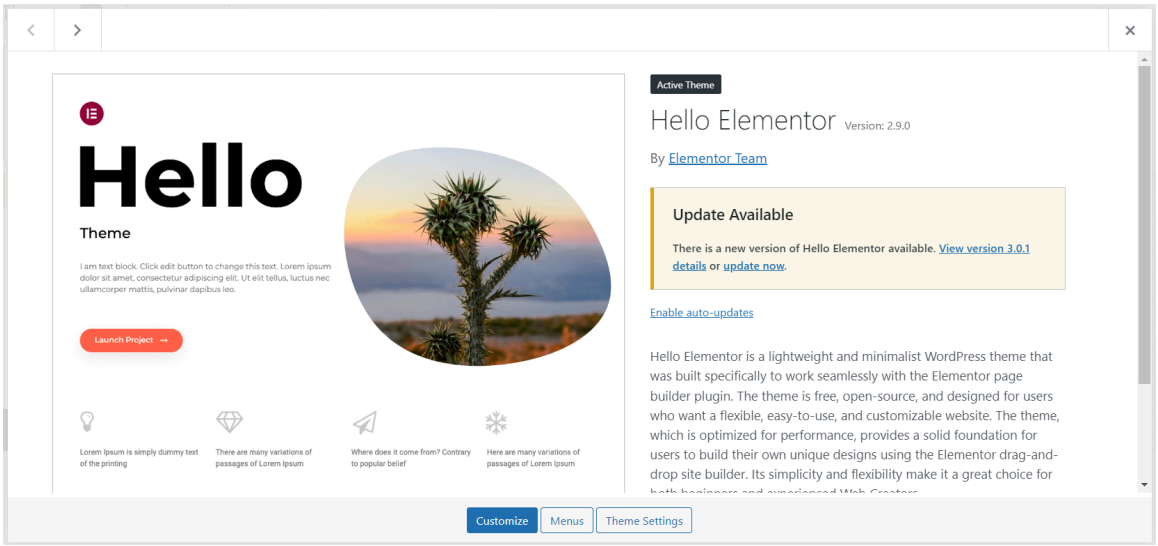
Για την επιλογή της γραμματοσειράς αναζητήσαμε γραμματοσειρές οι οποίες θα μπορέσουν να υποστηρίξουν τις γλώσσες που υπήρχαν στη παλαιότερη έκδοση της ιστοσελίδας (Αγγλικά, Γαλλικά,Κινέζικα, Ινδικά, Αραβικά) για αυτό το λόγο επιλέξαμε την "Poppins". Για την Ελληνική έκδοση επιλέξαμε την "Manrope" η οποία ήταν αρκετά κοντά στην γραμματοσειρά "Poppins".

4.3 Επιλογή Θέματος

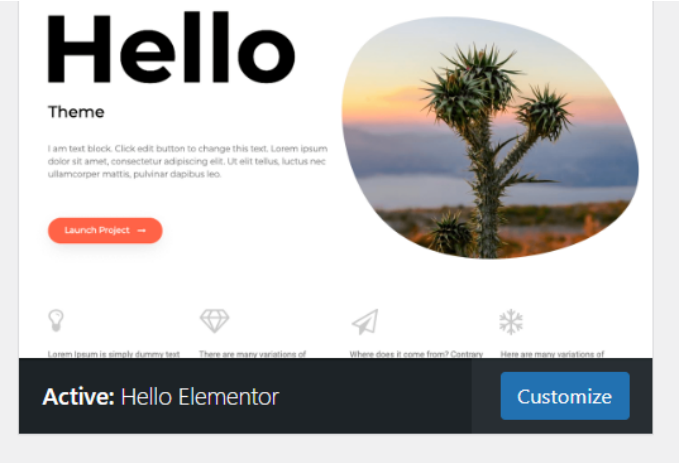
Είναι γνωστό ότι το Wordpress προσφέρει αρκετά θέματα, ορισμένα δωρεάν και άλλα επί πληρωμή. Τα θέματα μας βοηθούν να δώσουμε μια όμορφη οπτική στη σελίδα μας χωρις να χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις.

Η σωστή επιλογή θέματος είναι αρκετά σημαντική και πρέπει να γίνει από τα αρχικά στάδια της δημιουργίας της ιστοσελίδας. Αρκετά είναι τα κριτήρια αυτά που πρέπει να σκεφτούμε πριν επιλέξουμε ένα θέμα. Πρέπει να σκεφτούμε το είδος της ιστοσελίδας που θέλουμε, εάν το θέμα κάνει τακτικές αναβαθμίσεις, εάν είναι φιλικό στο SEO, αν είναι φιλικό προς όλες τις συσκευές και τέλος εάν υπάρχει μεγάλη κοινότητα ωστε να προσφέρει καλή υποστήριξη.

Απο την προηγούμενη έκδοση της ιστοσελίδας του Study in Greece είχε επιλεγεί το Hello Elementor και αυτό διατηρήσαμε καθώς είναι γρήγορο, ελαφρύ και μπορεί να υποστηρίξει το πρόσθετο "Elementor".



Εικόνα 4.3.1: Θέμα Wordpress, Hello Elementor

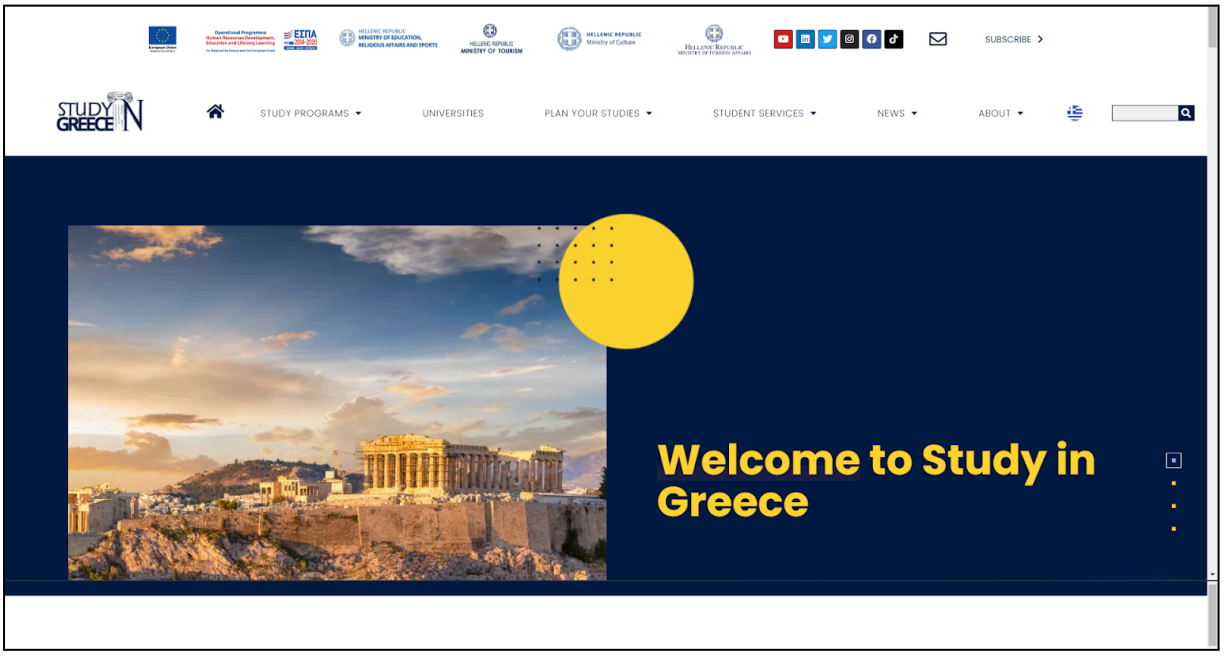


Εικόνα 4.3.2: Θέμα Wordpress, Hello Elementor

4.4 Σχεδιασμός και Δομή

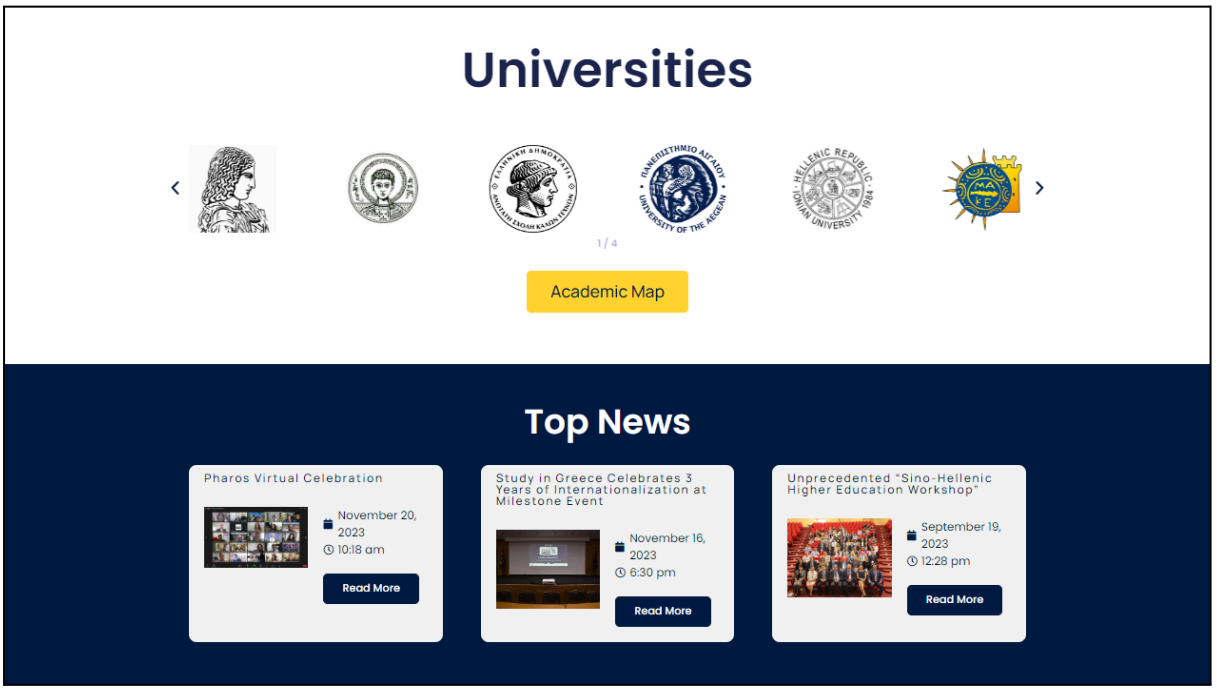
Ο σχεδιασμός και η δομή της ηλεκτρονικής πύλης "Study in Greece" έχουν σχεδιαστεί με γνώμονα τη διευκόλυνση των φοιτητών και την εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες.

- **Κεντρική Σελίδα (Homepage):** Η κεντρική σελίδα αποτελεί το κέντρο της πύλης και εκεί ο επισκέπτης μπορεί να βρει σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τις σπουδές στην Ελλάδα. Η αρχική περιλαμβάνει ένα banner, στην συνέχεια παρουσιάζονται οι πλατφόρμες μας (Bachelor's, Master's MaTSiG, Virtual Fair, Scholarships, ITHACA, @SiG, HouSiG), που έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την διευκόλυνση του φοιτητη. Παρακάτω υπάρχει μια κατηγορία οπου εμφανίζονται τα επερχόμενα events, όταν υπάρχουν. Στην συνέχεια εμφανίζονται τα λογότυπα των 24 Ελληνικών Δημόσιων Πανεπιστημίων τα οποία παραπέμπουν στη σχετική σελίδα που έχει δημιουργηθεί για κάθε Πανεπιστήμιο. Συνεχίζοντας υπάρχουν τα πιο σημαντικά νέα, τα τέσσερα ξενόγλωσσα προπτυχιακά προγράμματα, τα ξενόγλωσσα e-learning, τα τρια πιο πρόσφατα νέα, το προωθητικό υλικό του Study in Greece και τέλος οι Frequently Ask Questions (FAQ). (Εικόνα 3.1.6 έως Εικόνα 3.1.13)

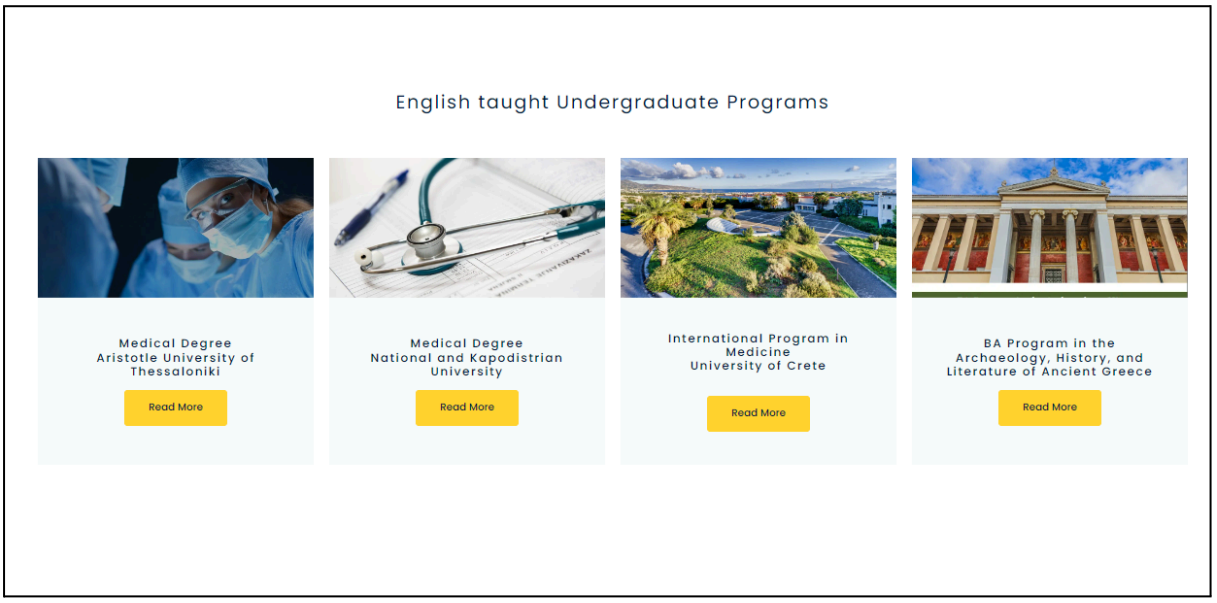


Εικόνα 4.4.1: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Slider

Εικόνα 4.4.2: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Πλατφόρμες SiG & Εκδηλώσεις



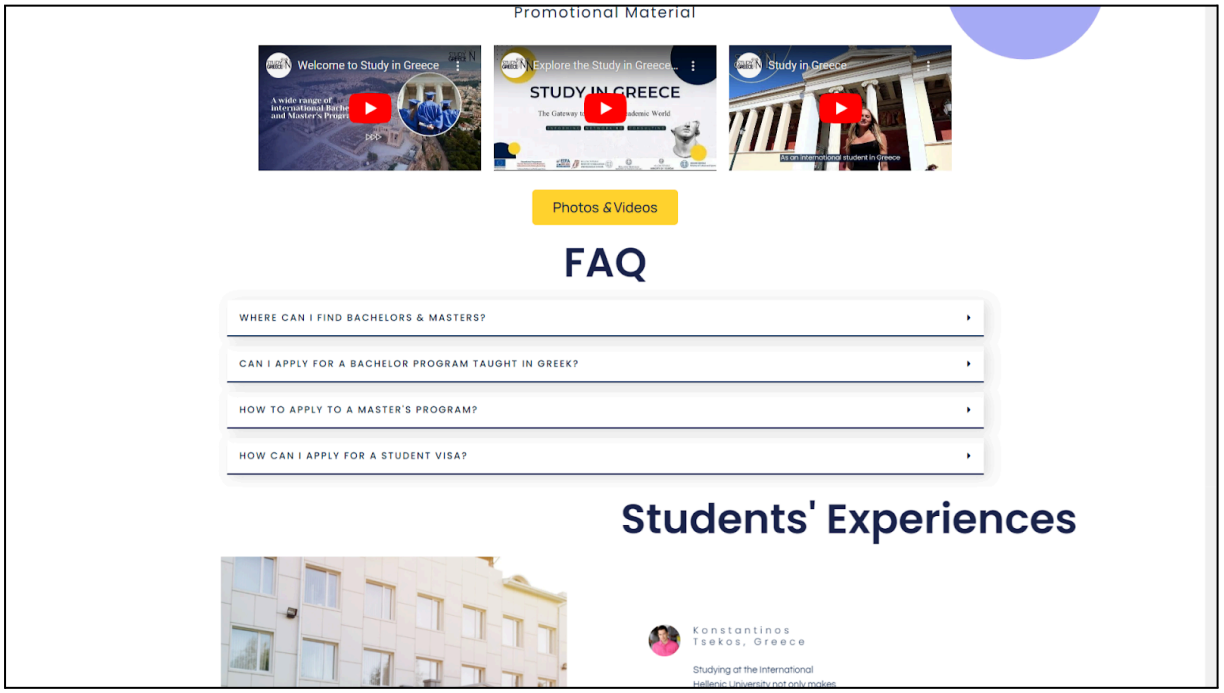
Εικόνα 4.4.3: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Πανεπιστήμια & Top News



Εικόνα 4.4.4: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Ξενόγλωσσα Προπτυχιακά Προγράμματα

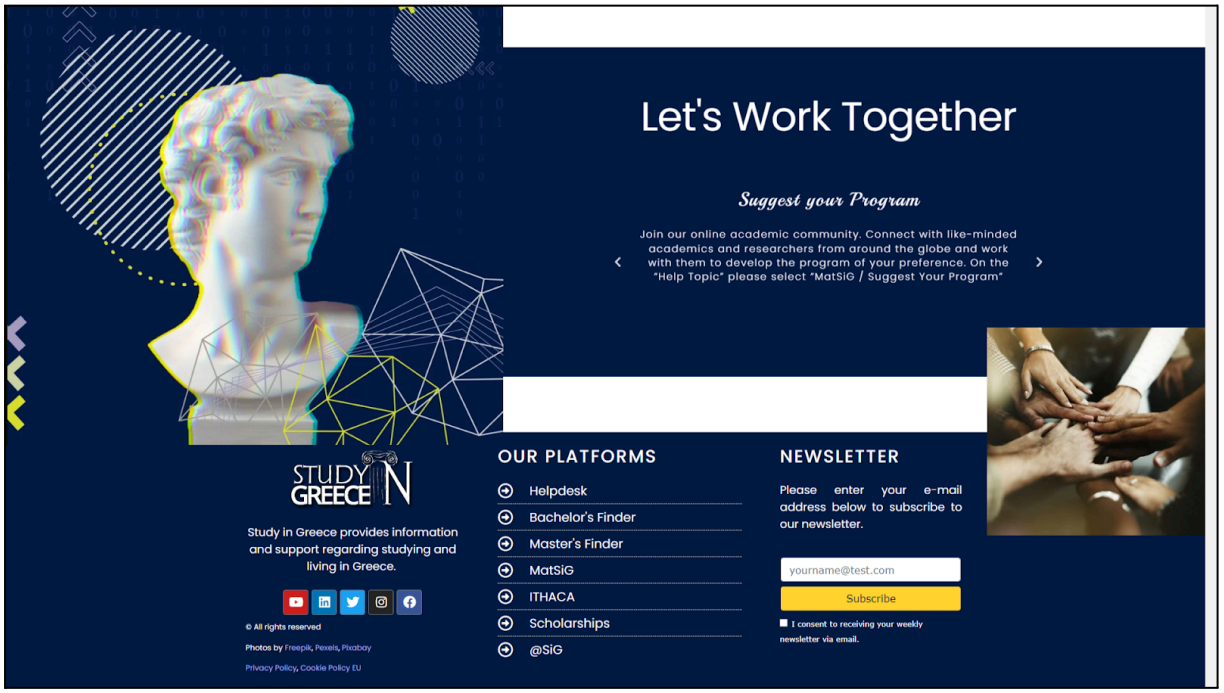
Εικόνα 4.4.5: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Why study in Greece & Ξενόγλωσσα e-learning

Εικόνα 4.4.6: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Σημαντικά Links & Τελευταία Νέα



Εικόνα 4.4.7: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Προωθητικό Υλικό & Συχνές Ερωτήσεις

Εικόνα 4.4.8: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Εμπειρίες Φοιτητών



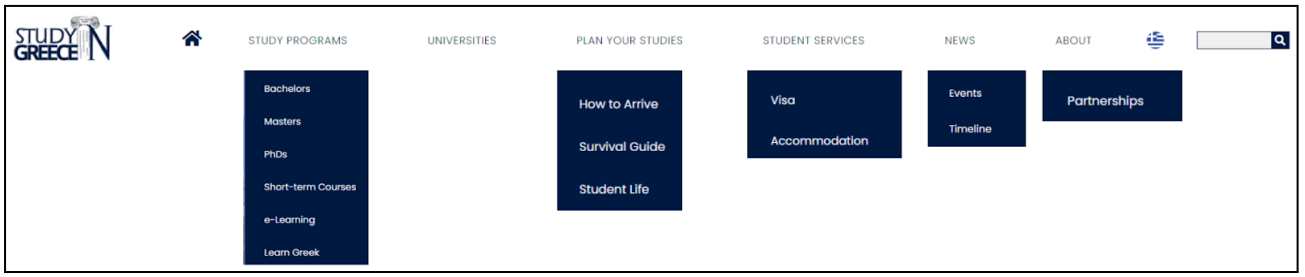
Εικόνα 4.4.9: Νέα έκδοση της Αρχικής σελίδας της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece - English version - Footer

- **Μενού Πλοήγησης**: Στο πάνω μέρος της σελίδας, υπάρχει ένα καλά δομημένο μενού πλοήγησης (Εικόνα 4.4.2) με κατηγορίες όπως :

- **Study Programs**
    - Education in Greece
    - Bachelor's
    - Masters
    - PhDs
    - Short-term Courses
    - e-Learning
    - Learn Greek
- **Universities**
- **Plan your Studies**

- Before Arrival
- How to Arrive
- Survival Guide
- Student Life

- **Student Services**
  - Student Application
  - Visa
  - Accommodation
- **News**
  - Blog
  - Events
  - Timeline
- **About**
  - Study in Greece
  - Partnerships

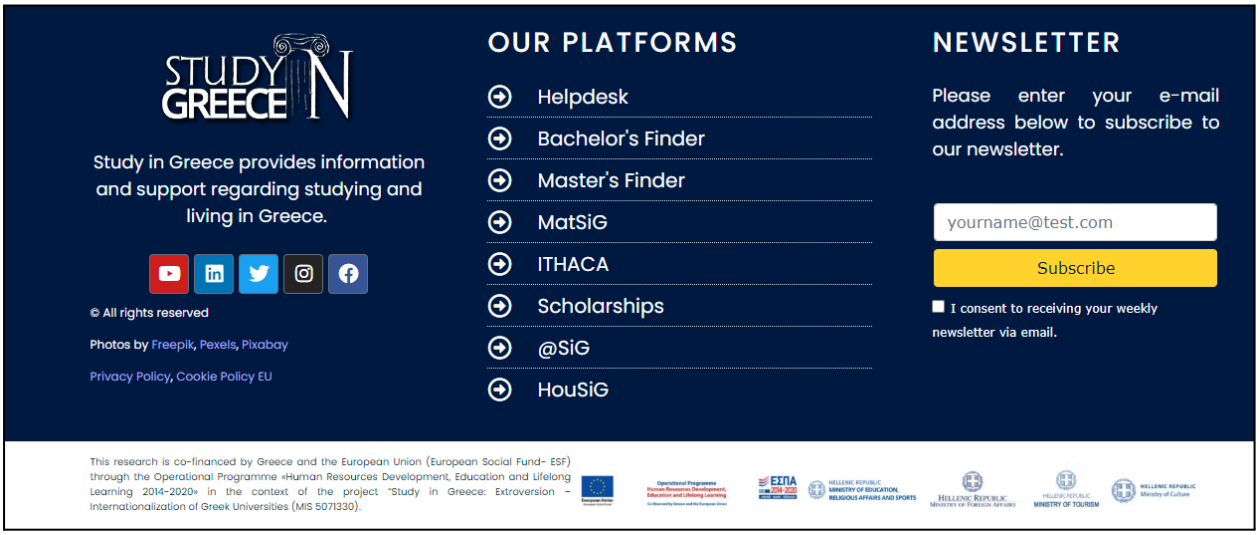


Εικόνα 4.4.10: Μενού ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

- **Header & Footer** : Μέσω του Header & Footer η ηλεκτρονική πύλη προσφέρει γρήγορη πρόσβαση σε social media (Facebook, Youtube, X, LinkedIn, Instagram, Tik Tok), εγγραφή στο newsletter, έτσι ώστε ο χρήστης να είναι ενημερωμένος με τα νέα του Study in Greece, σύνδεση με το Helpdesk, που επιτρέπει την καλύτερη εξυπηρέτηση του χρήστη και

τέλος γρήγορη μετάβαση στις πλατφόρμες μας (Bachelor's, Master's MaTSiG, Virtual Fair, Scholarships, ITHACA, @SiG) από οποιαδήποτε σελίδα της ηλεκτρονικής πύλης.

Εικόνα 4.4.11: Header ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece



Εικόνα 4.4.12: Footer ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

Η δομή και ο σχεδιασμός της πύλης "Study in Greece" έχουν σχεδιαστεί για να είναι εύκολα πλοηγήσιμη και ελκυστική, προσφέροντας την καλύτερη δυνατή εμπειρία στους χρήστες που αναζητούν πληροφορίες σχετικά με τις σπουδές στην Ελλάδα.

4.5 Περιεχόμενο

Το περιεχόμενο της ηλεκτρονικής πύλης "Study in Greece" είναι πολύ εκτενές και παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τους φοιτητές που σκοπεύουν να σπουδάσουν στην Ελλάδα. Η ηλεκτρονική πύλη περιλαμβάνει τα εξής περιεχόμενα:

- **Κεντρική Σελίδα (Homepage):** Στην αρχική σελίδα ο επισκέπτης μπορεί να βρει πληροφορίες σχετικά με τις πλατφόρμες του Study in Greece (Bachelor's, Master's MaTSiG, Virtual Fair, Scholarships, ITHACA, @SiG), τα σημαντικά και πρόσφατα νέα, τα 24 δημόσια πανεπιστήμια καθώς και τα 4 ξενόγλωσσα προπτυχιακά προγράμματα, ορισμένους σημαντικούς συνδέσμους (ΙΚΥ, ΔΟΑΤΑΠ, ΕΘΑΑΕ κλπ), συχνές ερωτήσεις με τις απαντήσεις τους, εμπειρίες φοιτητών και τέλος δυο ερωτηματολόγια.

- **Study Programs** : Στην ενότητα αυτή ο επισκέπτης μπορεί να βρει πληροφορίες σχετικά με την εκπαίδευση στην Ελλάδα. Θα βρει αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με τα Προπτυχιακά, Μεταπτυχιακά και Διδακτορικά προγράμματα. Επιπλέον, μπορεί να αναζητήσει διαθέσιμα summer school για σύντομες σπουδές στην Ελλάδα, ξενόγλωσσα e-learning και τέλος τις διαδικασίες εκμάθησης της Ελληνικής γλώσσας.

- **Universities** : Στην ενότητα αυτή υπάρχουν πληροφορίες για τα πανεπιστήμια. Για κάθε πανεπιστήμιο έχει δημιουργηθεί μια σελίδα με όλες τις πληροφορίες (μια σύντομη περιγραφή, σημαντικές πληροφορίες, σχολές και τμήματα, ξενόγλωσσα μεταπτυχιακά και τα τελευταία άρθρα). Επιπρόσθετα υπάρχει το ακαδημαϊκό ημερολόγιο που αναγράφονται οι αργίες ανά εξάμηνο. Σε κάθε Ελληνικό Δημόσιο Πανεπιστήμιο αφιερώνεται μία σελίδα με λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το ακαδημαϊκό προφίλ του, τις σχολές και τα τμήματά του , τα διαθέσιμα προγράμματα (ελληνόφωνα και ξενόγλωσσα), συμπεριλαμβανομένων των αντίστοιχων συνδέσμων για να ανατρέξει κάποιος για περισσότερες πληροφορίες.

- **Plan your Studies**: Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται πληροφορίες σχετικά με τις διαδικασίες που χρειάζονται πριν έρθει κάποιος να σπουδάσει στην Ελλάδα σχετικές με μετακίνηση για παράδειγμα ή την καθημερινή ζωή, στην Ελλάδα.

- **Student Services**: Στην ενότητα αυτή η Study in Greece προσφέρει καθοδήγηση και βοήθεια στους φοιτητές στην διαδικασία της αίτησής τους σε κάποιο πρόγραμμα, την διαδικασία έκδοσης Visa καθώς και στην εύρεση χώρου διαμονής.

- **News**: Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται άρθρα που αναφέρονται σε ακαδημαϊκά νέα και είναι κυρίως επικεντρωμένα στους φοιτητές και σε πανεπιστήμια. Η πρώτη κατηγορία (Blog) περιλαμβάνει μια ποικιλία άρθρων που καλύπτουν τα πιο πρόσφατα ακαδημαϊκά νέα όπως για παράδειγμα, κείμενα που εστιάζουν σε ερευνητικά θέματα, εκπαιδευτικές ευκαιρίες και εξελίξεις στον τομέα της εκπαίδευσης. Η δεύτερη κατηγορία αφορά νέα σχετικά με το Study in Greece και η τρίτη κατηγορία είναι τα “Masters of the Week”, το εβδομαδιαίο αφιέρωμα σε κάθε ένα από τα ξενόγλωσσα προγράμματα των ελληνικών δημόσιων πανεπιστημίων.

- **About**: Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται πληροφορίες σχετικά με το Study in Greece. Μπορεί να βρει κανείς τους στόχους και την αποστολή του Study in Greece, καθώς

και τον τρόπο με τον οποίο συμβάλλει στην εξωστρέφεια των ελληνικών πανεπιστημίων. Επιπρόσθετα μπορεί να αναζητήσει τις συνεργασίες της Study in Greece με διάφορους φορείς (IIE, British Council, CYA, Fulbright Greece, CSCSE).

4.6. Άρθρα

Για την δημιουργία νέου άρθρου πηγαίνουμε στο Πίνακα Ελέγχου του Wordpress στην κατηγορία "Άρθρα" και επιλέγουμε "Νέο Άρθρο". Όταν δημιουργούμε μια νέα σελίδα χρειάζεται να προσθέτουμε τον τίτλο και το περιεχόμενο, όμοιος και για το νέο άρθρο. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εκτός από την προσθήκη κειμένου, να προσθέσουμε πολυμέσα, να το αποθηκεύσουμε ως προσχέδιο, να το κάνουμε προβολή και να το δημοσιεύσουμε. Μπορούμε να ορίσουμε ετικέτες και κατηγορίες.

Για τις ανάγκες της ιστοσελίδας μας έχουμε δημιουργήσει τις εξής κατηγορίες :

- Masters of the Week
- News
- Academic
- Blog
- Greek distinctions
- Partnerships
- Short Term
- SiG News
- Summer / Winter Schools

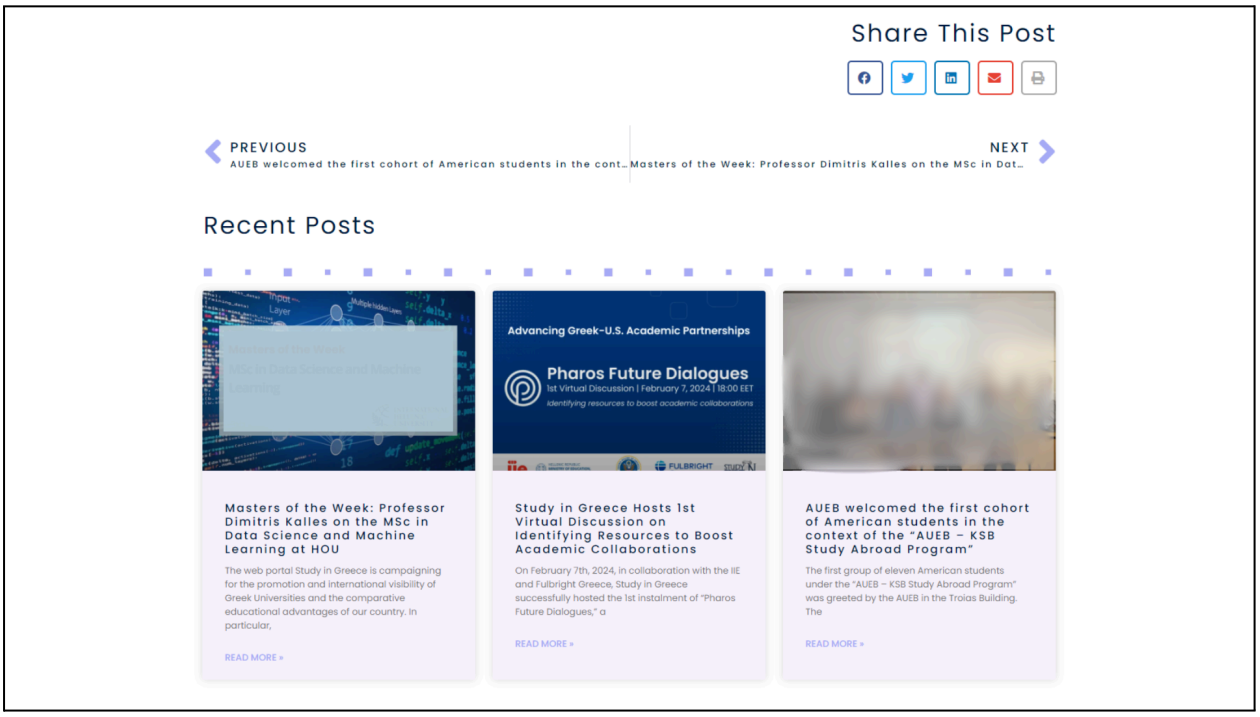
και για tags έχουμε δημιουργήσει ένα για το κάθε Πανεπιστήμιο, ενα για τα SiG News και ένα για τα Summer / Winter Schools.

4.6.1 Δημιουργία Πρότυπου Άρθρων

Στα πλαίσια της βελτιστοποίησης του ιστοχώρου μας δημιουργήσαμε ένα πρότυπο για τα αρθρα, το οποίο θα ταίριαζε με την υπόλοιπη ιστοσελίδα. Επιλέξαμε ανοιχτές αποχρώσεις

του μωβ και χρησιμοποιήσαμε μικρά τετράγωνα για να διαχωρίσουμε το τίτλο από το κυρίως κείμενο. Στο τέλος κάθε άρθρου υπάρχει η επιλογή κοινοποίησης του άρθρου στα social media καθώς και τα τρία πρόσφατα άρθρα.

Εικόνα 4.6.1.1: Παράδειγμα εμφάνισης άρθρων στην ιστοσελίδα Study in Greece - Τίτλος, κεντρική εικόνα και περιεχόμενο



Εικόνα 4.6.1.2: Παράδειγμα εμφάνισης άρθρων στην ιστοσελίδα Study in Greece - Πρόσφατα νέα

4.7 Προκλήσεις και Επιτυχίες

Κατά την διάρκεια της δημιουργίας - ενημέρωσης της πύλης "Study in Greece," αντιμετωπίσαμε προκλήσεις αλλά σημειώσαμε και επιτυχίες που αξίζει να αναφερθούν.

Προκλήσεις:

- **Διαχείριση Πληροφοριών**: Ο όγκος, η συλλογή και διαχείριση των πληροφοριών που χρειάζονται για να προβληθούν στην ηλεκτρονική πύλη είναι μεγάλος. Ενημέρωση Πληροφοριών: Οι συνεχείς εξελίξεις στον ακαδημαϊκό χώρο ανέδειξαν την ανάγκη η πύλη να ανανεώνεται έγκυρα και έγκαιρα.

Ως εκ τούτου, θα επρεπε να δημιουργηθεί μία πύλη, η οποία αφενός θα είχε πολλή και έγκυρη πληροφόρηση αλλά αφετέρου, να έχει εύκολη πλοήγηση και να παρέχει μία ευχάριστη εμπειρία στον χρήστη.

Επιτυχίες:

- **Ποιοτικό Περιεχόμενο**: Η πύλη προσέφερε ποιοτικό περιεχόμενο με λεπτομερείς πληροφορίες και ενημέρωση σχετικά με τις σπουδές στην Ελλάδα.

- **Συνεργασία με Εκπαιδευτικά Ιδρύματα**: Επιτύχαμε στην δημιουργία στενής συνεργασίας με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα στην Ελλάδα, προσφέροντας τη δυνατότητα προώθησης των προγραμμάτων σπουδών και ενεργειών τους.

Αυτές οι προκλήσεις και επιτυχίες διαμορφώνουν την πορεία της πύλης "Study in Greece" και μας ενθαρρύνουν να συνεχίσουμε να προσφέρουμε υψηλής ποιότητας υπηρεσίες για τους ενδιαφερόμενους φοιτητές που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα.

4.8 Πολύγλωσση έκδοση ιστοσελίδας - Μεταφράσεις

Είναι δεδομένο ότι όσο προχωρά η διαδικασία της διεθνοποίησης των ελληνικών Πανεπιστημίων, τόσο πιο αναγκαίος γίνεται ένας πολύγλωσσος ιστότοπος. Μια πολύγλωσση ιστοσελίδα επιτρέπει σε ένα ευρύτερο κοινό να αποκτήσει πρόσβαση στο περιεχόμενο. Η εμπειρία του χρήστη βελτιώνεται, καθώς οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν στις ιστοσελίδες, σε οικείο διαδικτυακό περιβάλλον και να επιλέξουν τη γλώσσα της προτίμησής τους. Επιπλέον, μια πολύγλωσση ιστοσελίδα βοηθά στη

βελτίωση της επικοινωνίας με το διεθνές κοινό -στο οποίο και στοχεύουμε-, προσφέροντας τις πληροφορίες σε πολλές γλώσσες και ενισχύοντας την παγκόσμια προβολή ενώ αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την επέκταση της παρουσίας της SiG στο διεθνές ακαδημαϊκό γίγνεσθαι.

Έτσι, η Study in Greece στα δύο χρόνια λειτουργίας της ως φορέας εξωστρέφειας των ελληνικών ιδρυμάτων κατάφερε να υλοποιήσει το τεράστιο έργο της μετάφρασης της διαδικτυακής πύλης σε γλώσσες όπως η γαλλική, η ρωσική, η κινεζική, η αραβική και η ινδική. Κάθε γλώσσα που προστέθηκε σταδιακά στην ιστοσελίδα Study in Greece, είναι προφανές ότι έφερε επιπλέον επισκέπτες, και με αυτόν τον τρόπο θα ενισχυθεί περαιτέρω η προσπάθεια για ένα διεθνές προφίλ της δράσης με σαφή προσανατολισμό στην επισκεψιμότητα από πολλές χώρες του εξωτερικού.

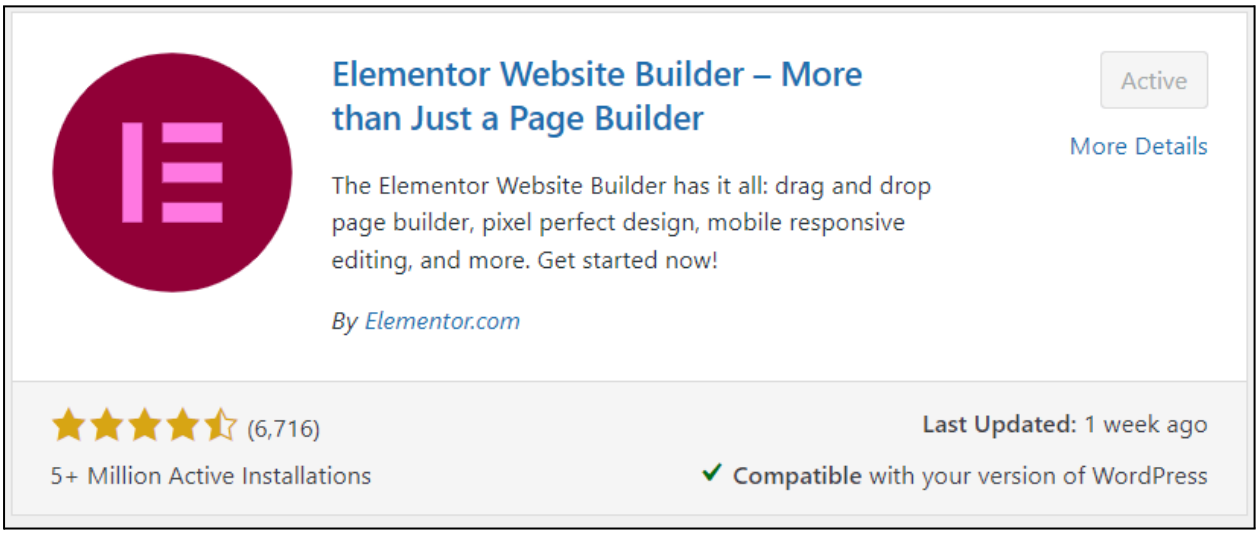
Η μετάφραση της ιστοσελίδας σε γαλλικά, ρώσικα, κινέζικα, αραβικά και ινδικά είχε υλοποιηθεί στην παλαιότερη έκδοση του ιστοχώρου της Study in Greece και στα μελλοντικά σχέδια μας είναι η προσθήκη των παραπάνω γλωσσών με την νεότερη έκδοση του ιστοχώρου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΣΘΕΤΑ / PLUGINS

5.1. Elementor και Elementor Pro

Το Elementor είναι ένα δημοφιλές εργαλείο σχεδίασης και δημιουργίας ιστοσελίδων για το WordPress. Χρησιμοποιείται για τη δημιουργία υψηλής ποιότητας ιστοσελίδων με εύκολο και ευέλικτο τρόπο, χρησιμοποιώντας έναν γραφικό περιβάλλον drag and drop.

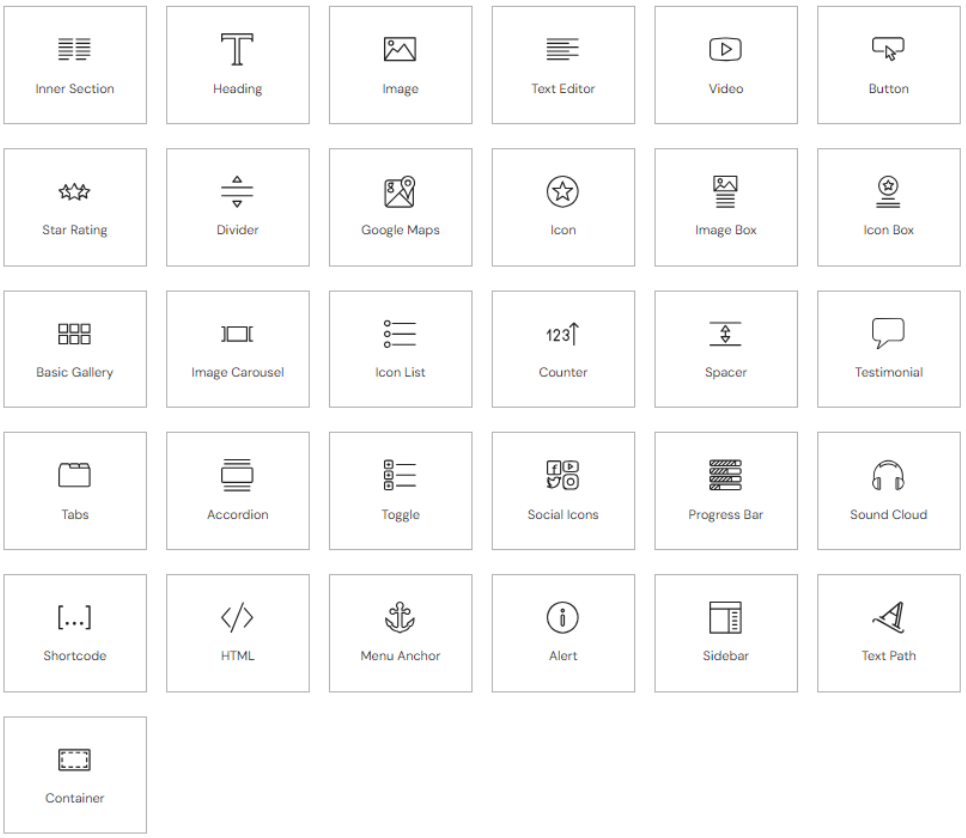
Οι χρήστες του Elementor μπορούν να δημιουργήσουν ιστοσελίδες χωρίς να απαιτείται προγραμματισμός, ενώ παρέχει επίσης μια πληθώρα προσαρμογών και λειτουργιών για περαιτέρω επεξεργασία και βελτιστοποίηση του σχεδιασμού. Είναι δηλαδή ένα εργαλείο που καθιστά τη διαδικασία δημιουργίας ιστοσελίδων προσιτή σε όλους, από αρχάριους έως έμπειρους χρήστες. Αξιοσημείωτο επίσης είναι ότι το Elementor έχει πάνω από 5 εκατομμύρια χρήστες .



Εικόνα 5.1.1: Πρόσθετο Elementor

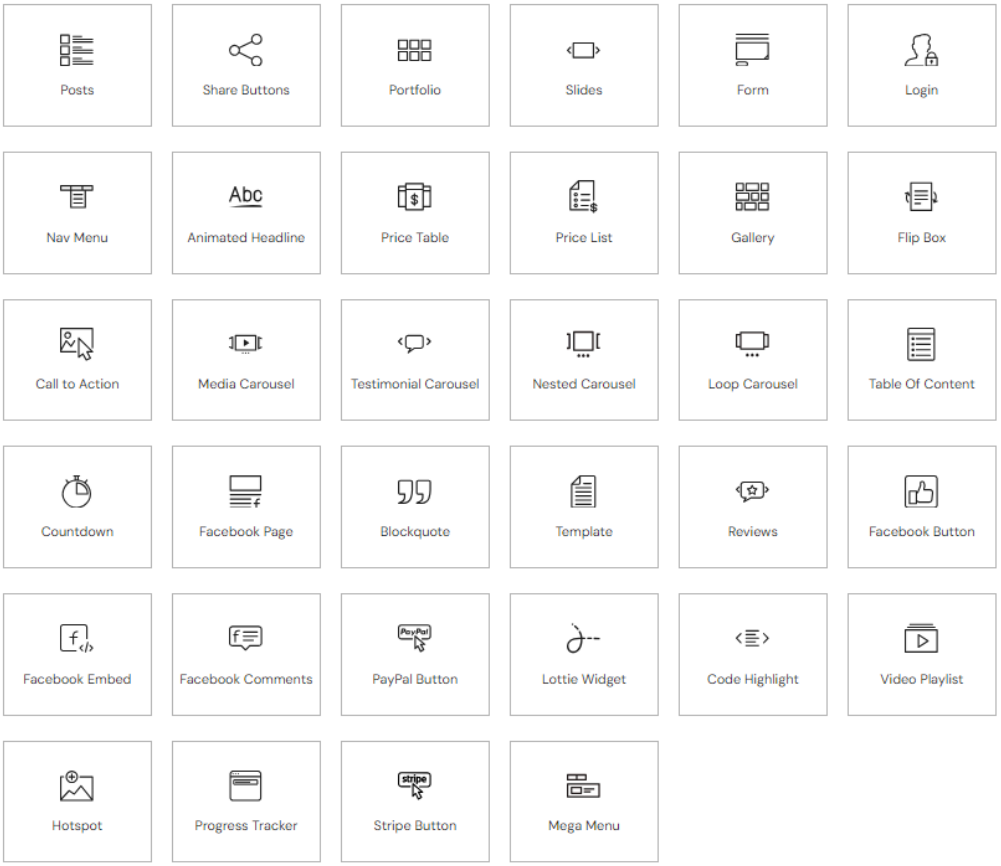
Παρακάτω φαίνονται τα widgets που προσφέρονται από το Elementor:

- Basic Widgets



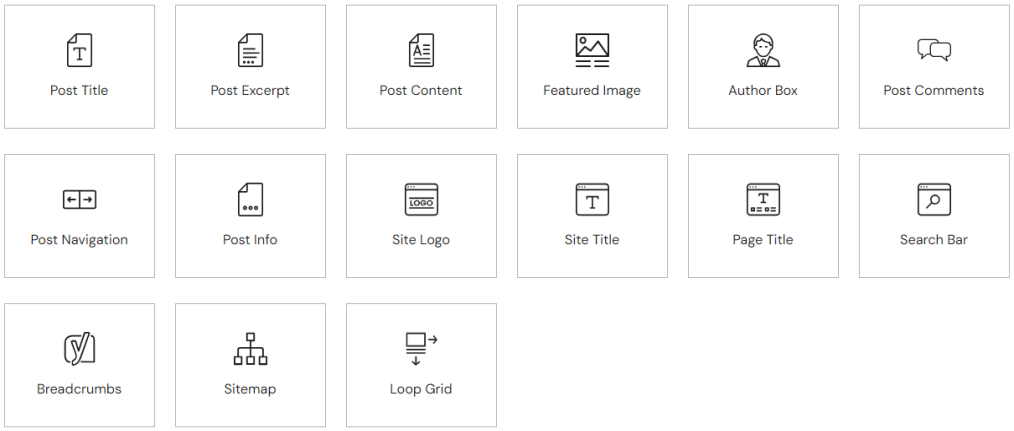
Εικόνα 5.1.2: Basic Widgets

- PRO Widgets



Εικόνα 5.1.3: Pro widgets

- Theme Elements



Εικόνα 5.1.4: Theme widgets

5.1.1. Theme Builder

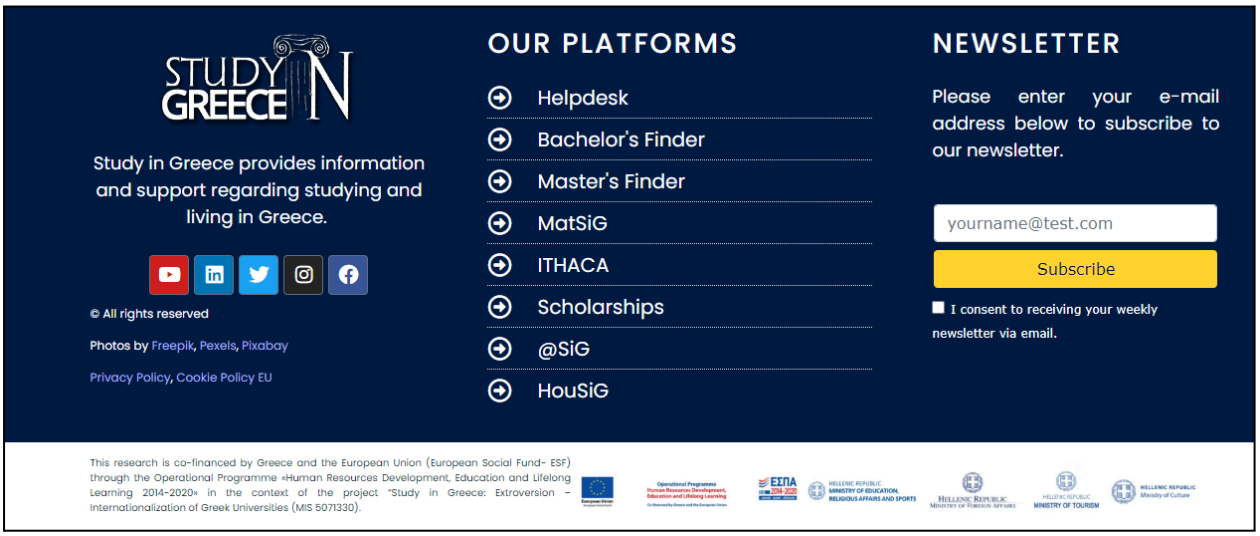
Με το Elementor Theme Builder, μπορούμε να δημιουργήσουμε προσαρμοσμένα θέματα για το WordPress χρησιμοποιώντας τη δύναμη του Elementor Page Builder. Αυτό σημαίνει

ότι μπορούμε να δημιουργήσουμε και να προσαρμόσουμε τον σχεδιασμό μιας κεφαλίδας, ενός υποσέλιδου, μιας ξεχωριστής σελίδας ανάρτησης ή μιας σελίδας αρχειοθέτησης.

Με το Theme Builder, μπορούμε να δημιουργήσουμε προσαρμοσμένα σχέδια για κάθε μέρος του ιστότοπου μας, χωρίς την ανάγκη για πρόσθετα θέματα ή προγραμματισμό. Αυτό προσφέρει μεγάλη ευελιξία και επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν ιστότοπους με προσαρμοσμένο σχεδιασμό που ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους και την αισθητική τους προτίμηση.

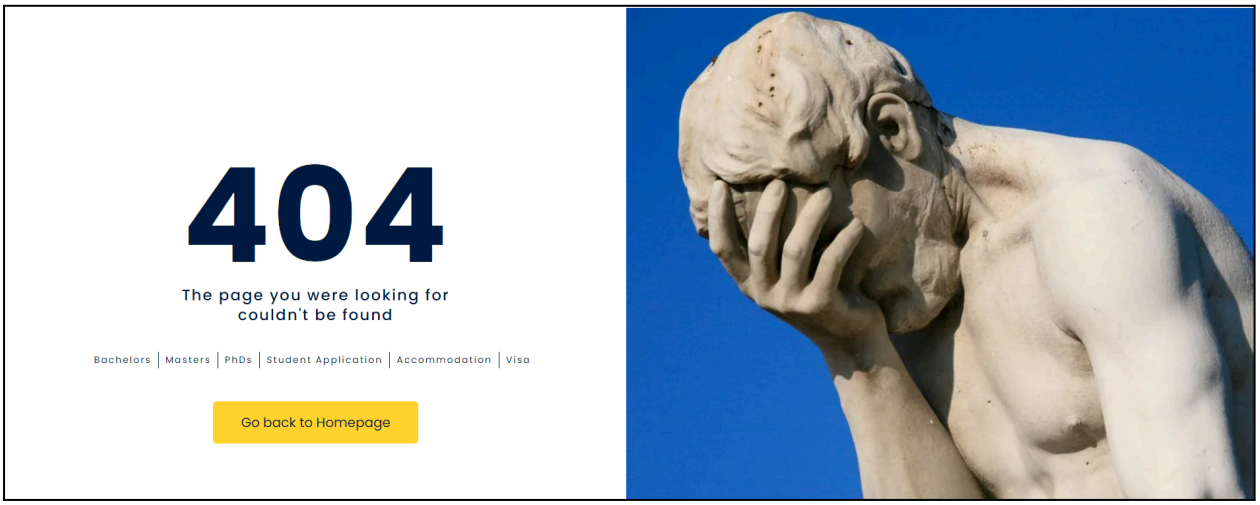
Με τη βοήθεια του theme builder δημιουργήσαμε το header, footer, Single post και 404 page.

Εικόνα 5.1.1.1: Header της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece



Εικόνα 5.1.1.2: Footer της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

Εικόνα 5.1.1.3: Πρότυπο θέματος βασικού άρθρου της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece



Εικόνα 5.1.1.4: Error 404 σελίδα της ηλεκτρονικής πύλης Study in Greece

5.1.2. Προτυπα

Το Elementor παρέχει μια εκτενή βιβλιοθήκη προτύπων σελίδων,τα οποία μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ως βάση για τη δημιουργία του περιεχομένου. Αυτά τα πρότυπα περιλαμβάνουν τμήματα τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν όπως κεφαλίδες, υποσέλιδα, ενότητες περιεχομένου και άλλα.

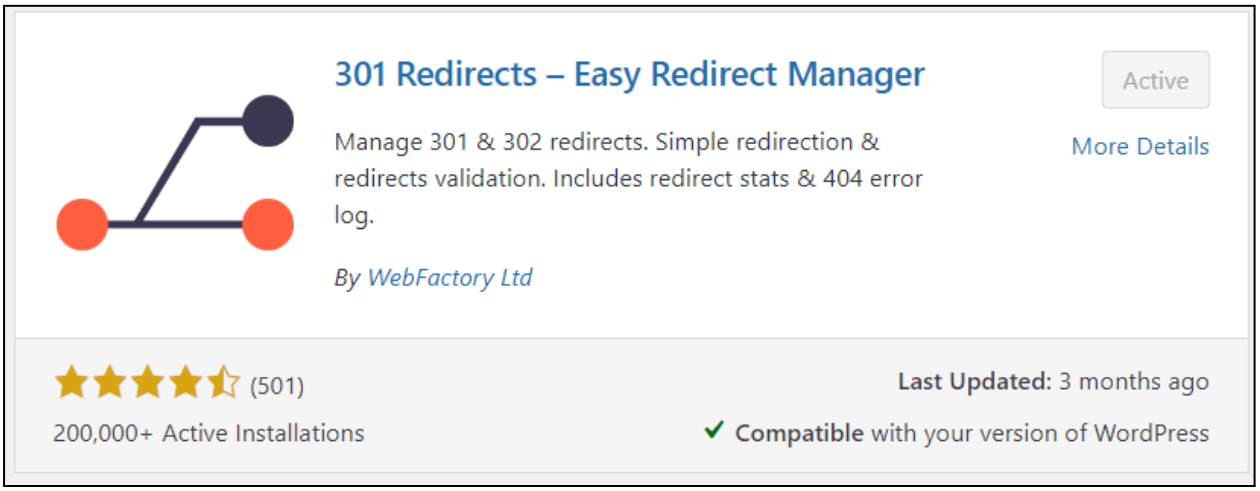
Επιλέγουμε ένα πρότυπο που ταιριάζει στις ανάγκες μας και στη συνέχεια το προσαρμόζουμε ανάλογα με τις προτιμήσεις μας, προσθέτοντας ή αφαιρώντας τμήματα,

προσαρμόζοντας το περιεχόμενο, αλλάζοντας τα χρώματα και τα στυλ, και προσθέτοντας το δικό μας προσωπικό στυλ.

Στην ιστοσελίδα μας δημιουργήσαμε πρότυπα για τις σελίδες και τις ενότητες που καλούνται σε ορισμένα σημεία.

5.2 301 Redirects

Το 301 Redirects μας βοηθάει να διαχειριστούμε και να δημιουργήσουμε 301, 302, 307 ανακατευθύνσεις για τον ιστότοπο WordPress για να βελτιώσουμε το SEO και την εμπειρία των επισκεπτών. Το 301 Redirects είναι εύκολο στη χρήση και είναι ιδανικό για επισκευή συνδέσμων μετα απο αναδιοργάνωση του παλιού περιεχομένου σε μια ιστοσελίδα ή όταν η θέση ενός περιεχομένου έχει αλλάξει ή έχει διαγραφεί και δεν θέλουμε ο επισκέπτης να οδηγείται σε σελίδες σφάλματος 404.



Εικόνα 5.2.1: Πρόσθετο 301 Redirects

Χρησιμοποιήσαμε το 301 Redirects καθώς στην νέα έκδοση της ιστοσελίδας κάναμε αναδιοργάνωση του παλιού περιεχομένου και δεν θέλαμε οι χρήστες μας να οδηγούνται σε σελίδες σφάλματος. Αντιθέτως τους στέλνουμε στις αντίστοιχες νέες σελίδες.

5.3 Complianz | GDPR/CCPA Cookie Consent

Το Complianz είναι ένα πρόσθετο GDPR/CCPA Cookie Consent που υποστηρίζει GDPR, ePrivacy, DSGVO, TTDSG, LGPD, POPIA, APA, RGPD, CCPA/CPRA και PIPEDA με μια υπό όρους ειδοποίηση cookie και προσαρμοσμένη πολιτική cookie.

Καθώς τα προσωπικά δεδομένα και η διασφάλισή τους είναι αρκετά σημαντική στις μέρες μας, το Complianz επιτρέπει στους ιδιοκτήτες ιστότοπων να δημιουργούν μηνύματα συγκατάθεσης, πληροφορίες για τα cookies και επιλογές ελέγχου των προτιμήσεων των χρηστών σχετικά με τη χρήση των cookie στον ιστότοπό τους. Με αυτό τον τρόπο, προσφέρει στους ιστότοπους μια εύκολη και αποτελεσματική λύση για τη διαχείριση και προστασία των προσωπικών δεδομένων.

Εικόνα 5.3.1: Πρόσθετο Complianz

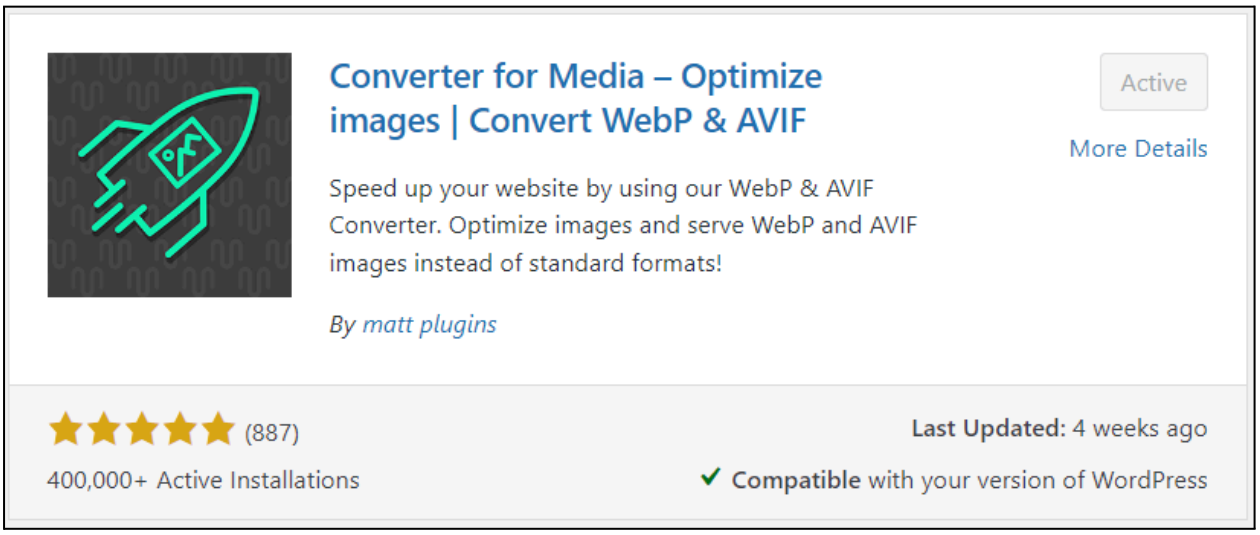
5.4 Converter for Media

Το Converter for Media είναι ένα πρόσθετο το οποίο μας βοηθάει να μετατρέψουμε τις εικόνες που έχουμε ανεβάσει στον ιστοχώρο μας σε μορφές οι οποίες είναι πιο εύκολες και πιο γρήγορες να τις φορτώσει η ιστοσελίδα.

Σκοπός του πρόσθετου είναι η μείωση του χρόνου φόρτωσης της ιστοσελίδας, το οποίο είναι μια πρακτική βελτιστοποίησης του SEO.

Μετά την εγκατάσταση του πρόσθετου οι εικόνες θα μετατραπούν αυτόματα σε μια νέα μορφή. Με την ολοκλήρωση της μετατροπής- βελτιστοποίησης των εικόνων, ο χρήστης θα βλέπει τις ίδιες εικόνες με πριν, απλός θα είναι ελαφρύτερες.

Χρησιμοποιήσαμε το πρόσθετο σε μια προσπάθεια μείωσης του χρόνου φόρτωσης των σελίδων μας, με σκοπό την βελτιστοποίηση του SEO.



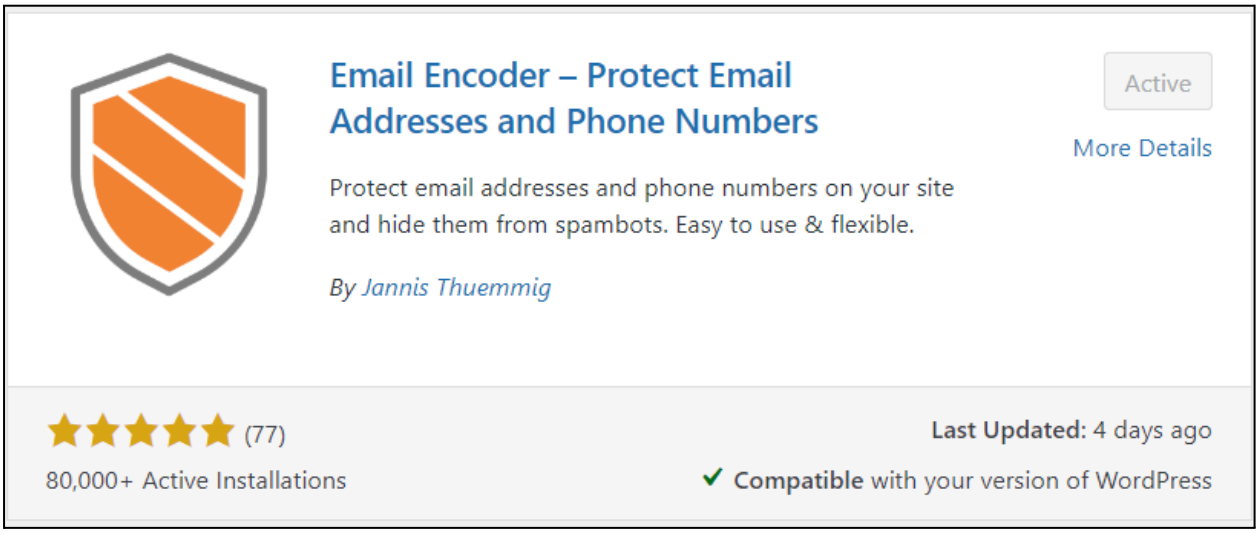
Εικόνα 5.4.1: Πρόσθετο Converter for Media

5.5 Email Encoder - Protect Email Addresses

Το πρόσθετο Email Encoder μας προσφέρει πλήρη προστασία για τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αριθμούς τηλεφώνου κλπ. αποτρέποντας τα spambots. Τα spambots συχνά σαρώνουν τους ιστότοπους αναζητώντας διευθύνσεις email για να τις προσθέσουν σε λίστες spam email, οδηγώντας σε αύξηση των spam στα εισερχόμενά σας.

Το πρόσθετο λειτουργεί με κωδικοποίηση η οποία είναι κατανοητή και αναγνωρίσιμη απο τους ανθρώπους αλλά όχι απο τα spambots.

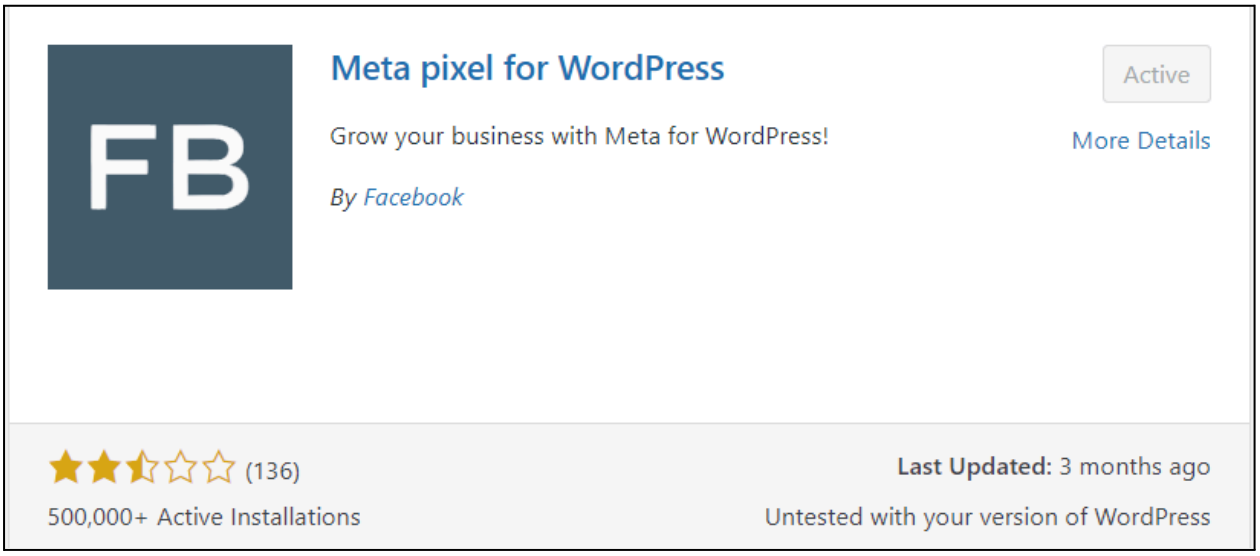
Καθώς η ιστοσελίδα μας συχνά συλλέγει δεδομένα είτε μέσω φόρμας newsletter, είτε απο event's form θέλαμε να φροντίσουμε να διατηρούνται ασφαλή.



Εικόνα 5.5.1: Πρόσθετο Email Encoder - Protect Email Addresses

5.6 Meta pixel for WordPress

Το πρόσθετο Meta pixel μας επιτρέπει να καταγράφουμε τις ενέργειες των χρηστών καθώς αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας μας. Επιπρόσθετα μας βοηθάει να ελέγχουμε πότε οι επισκέπτες κάνουν μια ενέργεια αφού έχουν δει κάποια διαφήμισή μας στο Facebook ή το Instagram. Αυτο μας βοηθάει να δούμε εάν οι καμπάνιες μας πηγαίνουν καλά και αν προσελκύουν το κοινό που επιθυμούμε.



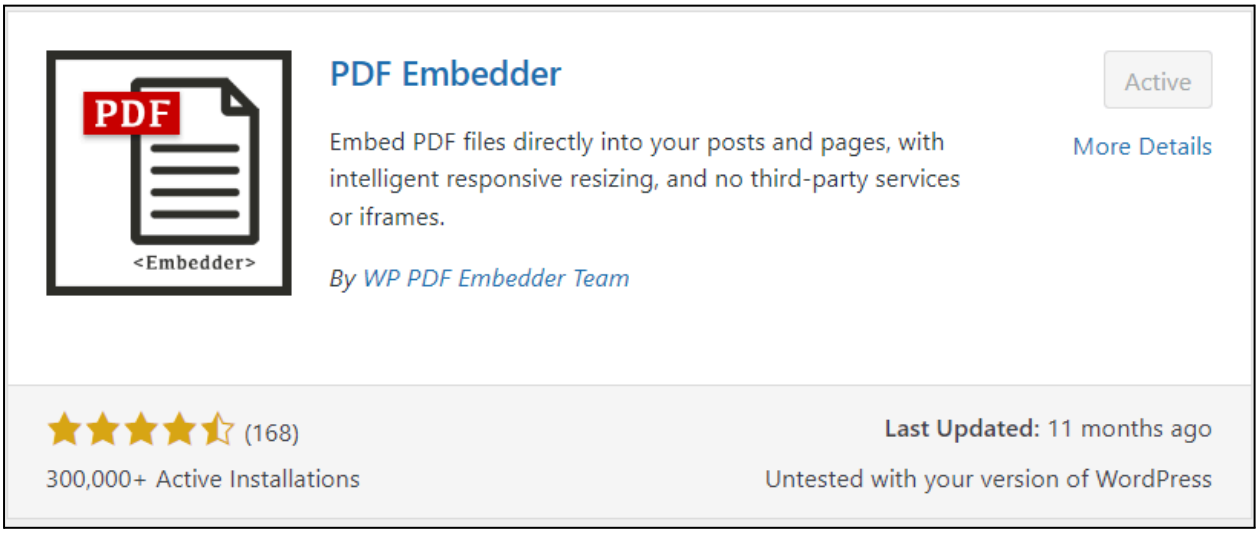
Εικόνα 5.6.1: Πρόσθετο Meta pixel for WordPress

5.7 PDF Embedder

Με το PDF Embedder μπορούμε να ανεβάσουμε και να ενσωματώσουμε τα PDF αρχεία μας απευθείας στις σελίδες και τα άρθρα μας. Το πρόσθετο διαμορφώνει αυτόματα το μέγεθος και το σχήμα του αρχείου. Επιπρόσθετα είναι φιλικό προς όλες τις συσκευές, καθώς προσαρμόζει το μέγεθος του PDF μας ώστε να μπορεί κάποιος να το δει από οποιαδήποτε συσκευή.

Το πρόσθετο διαθέτει μια μοναδική μέθοδο για την ενσωμάτωση αρχείων PDF, χρησιμοποιώντας μόνο Javascript και όχι iframes ή υπηρεσίες τρίτων. Αυτό προσφέρει τεράστια ευελιξία όσον αφορά την εμφάνιση του εγγράφου.

Καθώς υπήρχαν αρκετά pdf αρχεία που θέλουμε να εμφανίζονται στα άρθρα και στις σελίδες μας, χρειαζόμαστε ένα προσθετο το οποίο να προσαρμόζει τα αρχεία στην σελίδα εσωτερικά και να μπορεί ο χρήστης να τα διαβάζει χωρίς να χρειάζεται είτε να το κατεβάσει ή να μεταβεί σε νέο παράθυρο.



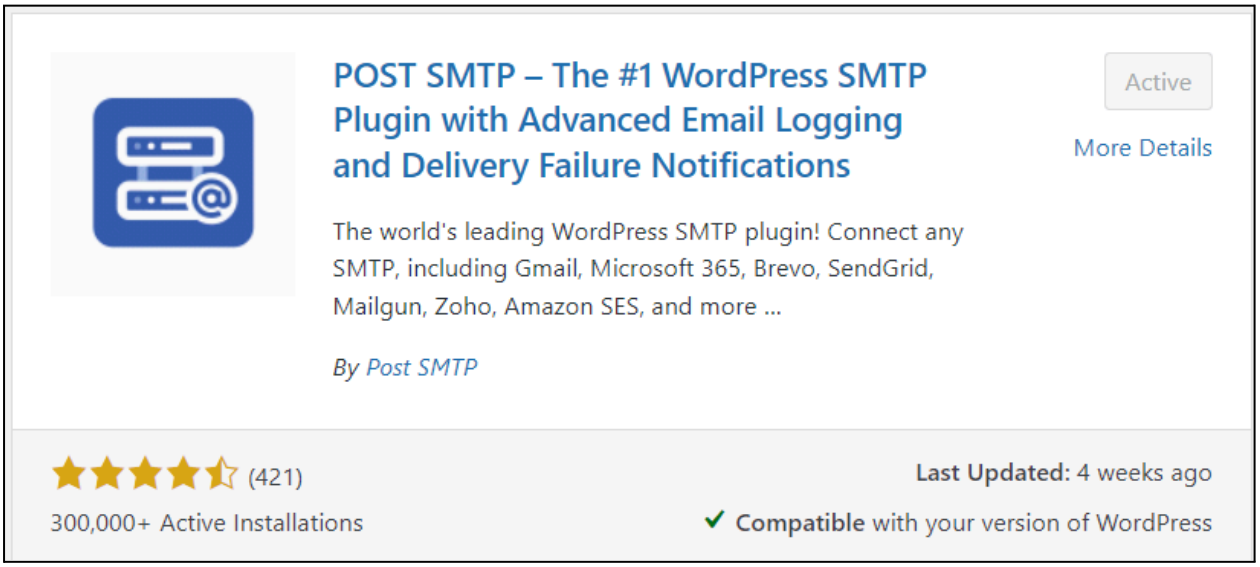
Εικόνα 5.7.1: Πρόσθετο PDF Embedder

5.8 Post SMTP

SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο πρωτόκολλο για την αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Το SMTP καθορίζει τους κανόνες και τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν κατά τη μεταφορά των μηνυμάτων, όπως η επικοινωνία με τον SMTP διακομιστή, η επαλήθευση της ταυτότητας του αποστολέα, η παράδοση του μηνύματος στον παραλήπτη, και η διαχείριση τυχόν σφαλμάτων ή ανακοινώσεων που προκύπτουν κατά την αποστολή. Επίσης, το SMTP χρησιμοποιείται για τη μεταφορά email μεταξύ διαφορετικών email διακομιστών, επιτρέποντας την αποστολή και λήψη email από και προς διαφορετικές διευθύνσεις email.

Το Post SMTP προσφέρει διάφορες χρήσιμες λειτουργίες όπως ειδοποιήσεις σφάλματος αποστολής email, αυτόματη επανάληψη αποστολής email σε περίπτωση αποτυχίας, καταγραφή και παρακολούθηση των email που αποστέλλονται, και πολλά άλλα. Επιπλέον, μπορεί να ενσωματωθεί με άλλα πρόσθετα και υπηρεσίες για επιπλέον λειτουργικότητα και ευελιξία.

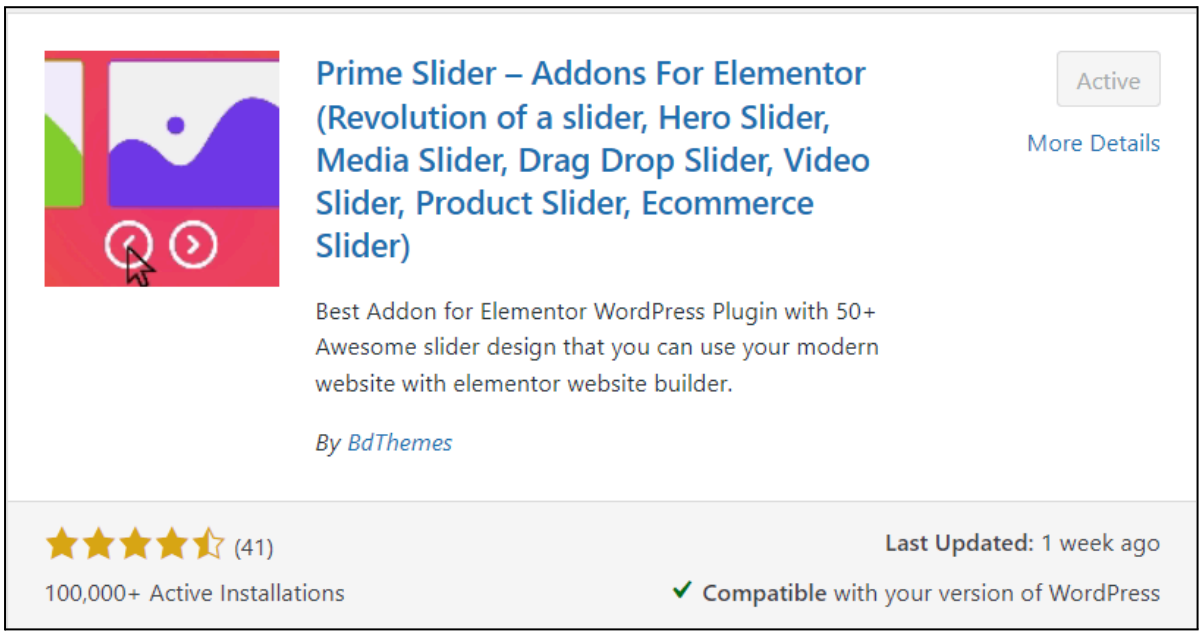


Εικόνα 5.8.1: Πρόσθετο Post SMTP

5.9 Prime Slider

Το Prime Slider είναι ένα πρόσθετο εύκολο, γρήγορο κατάλληλο για κάθε ιστότοπο. Είναι ένα slider builder πρόσθετο, το οποίο είναι συμβατό με το Elementor και με τα θέματα του. Είναι εύκολο στην εγκατάσταση και στην χρήση του.

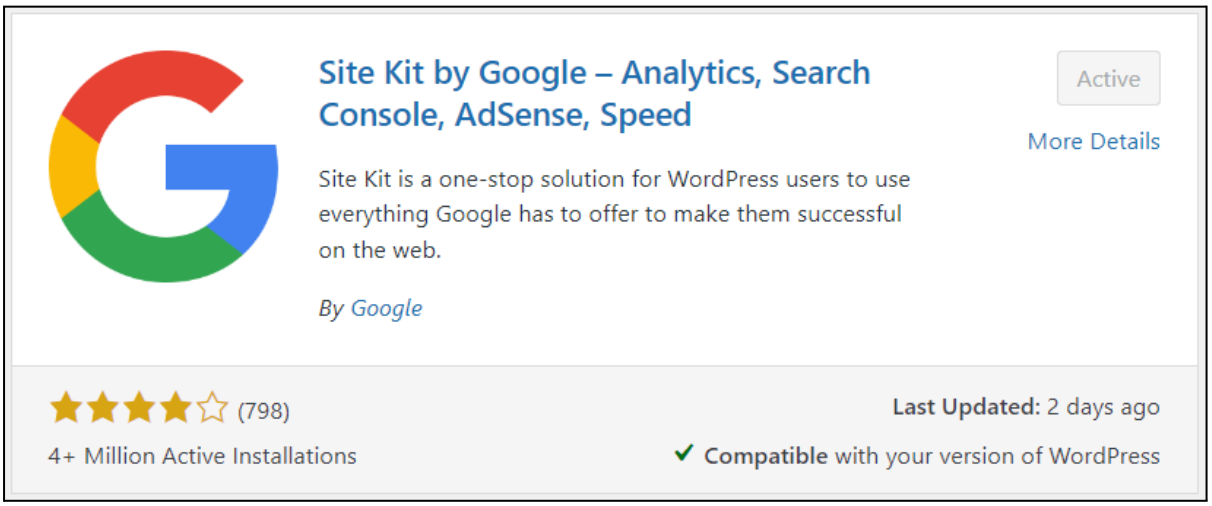
Χρησιμοποιήσαμε το πρόσθετο για το slider στην αρχική σελίδα, καθώς θέλαμε κάτι ξεχωριστό και να μπορούμε να το παραμετροποιήσουμε εύκολα.



Εικόνα 5.9.1: Πρόσθετο Prime Slider

5.10 Site Kit by Google

Το Site Kit είναι το επίσημο πρόσθετο του WordPress από τη Google που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο που οι χρήστες βρίσκουν και αλληλεπιδρούν με τον ιστότοπό μας. Μας προσφέρει πρόσβαση σε σημαντικά εργαλεία της Google τα οποία μας βοηθούν να πάρουμε πληροφορίες σχετικά με την ιστοσελίδα μας. Μέσω του πρόσθετου, λαμβάνουμε έγκυρες και ενημερωμένες πληροφορίες από διάφορα προϊόντα της Google απευθείας στο πίνακα ελέγχου του WordPress, προσφέροντας άμεση πρόσβαση σε όλα αυτά τα δεδομένα δωρεάν.



Εικόνα 5.10.1: Πρόσθετο Site Kit by Google

5.11 Wordfence

Το πρόσθετο Wordfence Security μέσω διάφορων χαρακτηριστικών ασφαλείας βοηθάει τους χρήστες να διατηρούν την ιστοσελίδα τους ασφαλή. Το Wordfence Security παρέχει στους χρήστες τείχος προστασίας, σαρωτή κακόβουλου λογισμικού, ισχυρές λειτουργίες ασφαλείας σύνδεσης, προβολές ζωντανής κυκλοφορίας και πολλά άλλα.

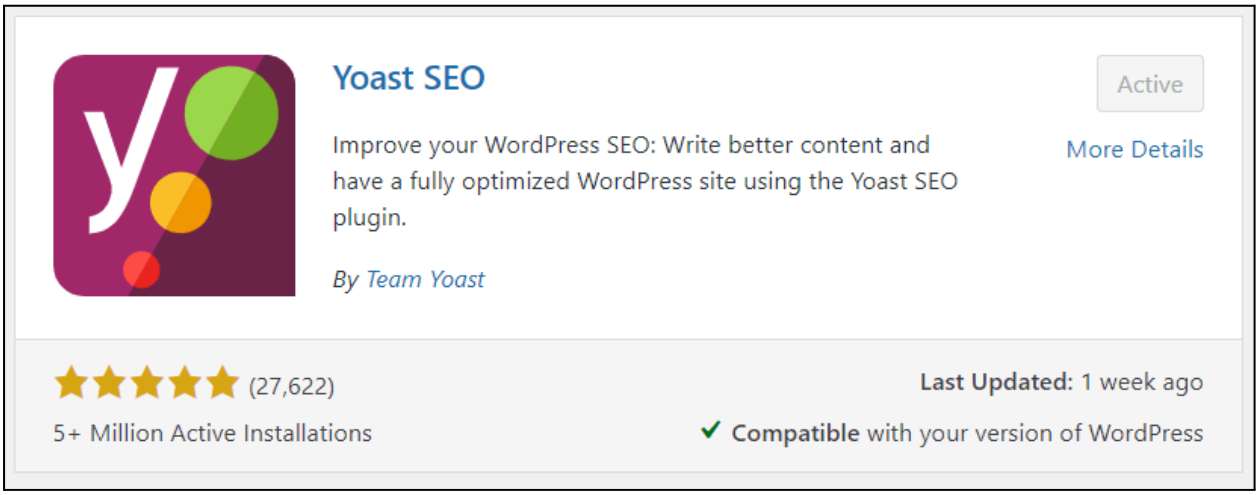
Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα του Wordfence Security είναι ότι προσφέρει όλα τα απαραίτητα χαρακτηριστικά για την ασφάλεια του ιστοτόπου στη δωρεάν έκδοση . Επίσης, είναι εξ ολοκλήρου ανοιχτού κώδικα και υποστηρίζει αυτόματες ειδοποιήσεις για απειλές ασφάλειας.

Εικόνα 5.11.1: Πρόσθετο Wordfence

5.12 Yoast SEO

Το Yoast SEO είναι ένα πρόσθετο που μας βοηθάει να βελτιστοποιήσουμε το SEO της ιστοσελίδας μας. Βοηθάει στη βελτίωση της κατάταξης της ιστοσελίδας μας στις μηχανές αναζήτησης.

Με την δωρεάν έκδοση του πρόσθετου ο χρήστης δύναται να προβεί σε βασικές λειτουργίες βελτιστοποιησης, ορισμένες από τις οποίες είναι αυτοματοποιημένες ωστόσο χρειάζεται ο διαχειριστής να τις επεξεργαστεί.



Εικόνα 5.12.1: Πρόσθετο Yoast SEO

Μετά την εγκατάσταση του πρόσθετου σε όλες τις σελίδες και τα άρθρα μας θα εμφανίζεται στο τέλος το παράθυρο του Yoast SEO στο οποίο πρέπει να συμπληρώνουμε

οπωσδήποτε κάποια βασικά στοιχεία (Τίτλο, Περιγραφή, Λέξεις κλειδιά, ετικέτες). Επιπρόσθετα, μπορεί να κάνει ανάλυση του περιεχομένου της σελίδας και να παρέχει προτάσεις με σκοπό την βελτιστοποίηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : SEO

6.1 Ορισμός SEO

Τα αρχικά SEO Search Engine Optimization (βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης) αναφέρονται σε μια ευρεία έννοια δραστηριοτήτων. Είναι μια πρακτική της βελτιστοποίησης της ιστοσελίδα μας με σκοπό τη βελτίωση της ορατότητας και της κατάταξής τους στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης .

Το SEO αποτελεί μια διαδικασία βελτίωσης του ήδη υπάρχοντος ιστότοπου, με στόχο την αύξηση της επισκεψιμότητάς τους.

Συνήθως όταν κάποιος επιλέγει να δημιουργήσει έναν ιστοχώρο, το κάνει με στόχο να γίνει γνωστή η επιχείρηση ή η δραστηριότητα του στο κόσμο. Για να γίνει αυτό πρέπει να εμφανιστεί στις μηχανές αναζήτησης σε αρκετά ψηλό σημείο. Για αυτό το λόγο το SEO είναι πάρα πολύ σημαντικό και ένας τομέας όπου αξίζει να επενδύσουμε πόρους.

Η εμφάνιση στις μηχανές αναζήτησης είναι ένας από τους βασικότερους στόχους στο ψηφιακό marketing διότι αποτελούν την κυριότερη πηγή επισκεψιμότητας χρηστών.

6.2 Μηχανές αναζήτησης

Οι μηχανές αναζήτησης, όπως ο Google, ο Bing και ο Yahoo, χρησιμοποιούν πολύπλοκους αλγόριθμους για να παρέχουν τα πιο σχετικά και χρήσιμα αποτελέσματα σε απάντηση στα ερωτήματα των χρηστών.

Για την καταγραφή των δεδομένων μιας ιστοσελίδας η μηχανή αναζήτησης διατρέχει την ιστοσελίδα και αναγνωρίζει ολόκληρο το περιεχόμενο. Στη συνέχεια το αποθηκεύει σε κατάλληλη μορφή σαν ευρετήριο. Ανά τακτά διαστήματα η μηχανή αναζήτησης διατρέχει τις ιστοσελίδες ωστε να ενημερώνετε για τυχόν αλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί.

Όταν ο χρήστης πραγματοποιεί μια αναζήτηση τότε το λογισμικό της μηχανής αναζήτησης, ψάχνει στο ευρετήριο και ανακτά τα σχετικά με αυτό αποτελέσματα. Στη συνέχεια τα κατατάσσει βάση κάποιων προτύπων και έτσι εμφανίζει τη σελίδα αναζήτησης που προσφέρεται στο χρήστη.

6.2.1 Στατιστικά

Παρακάτω βλέπουμε τις μηχανές αναζήτησης που χρησιμοποιούνται και το ποσοστό τους σύμφωνα με την statcounter (Μερίδιο αγοράς Ελλάδας)

- **Google (98.83%):** Η δημοφιλέστερη μηχανή αναζήτησης. Αγγίζει σχεδόν το 100% στις μηχανές αναζήτησης και το όνομά της έχει ταυτιστεί με την αναζήτηση στο διαδίκτυο (google it).

- **Bing (0.83%):** Πρόκειται για τη μηχανή αναζήτησης της Microsoft.

- **Yahoo (0.21%):** Αμερικανική πολυεθνική εταιρεία τεχνολογίας. Όταν πρωτοεμφανίστηκε ήταν μια απο τις κυρίαρχες μηχανές αναζήτησης ωστόσο με την άνοδο της Google έχει χάσει τεράστιο μερίδιο αγοράς.

- **DuckDuckGo (0.05%):** Πρόκειται για μια μηχανή αναζήτησης που έχει ως κύριο σκοπό τον σεβασμό της ιδιωτικότητας των χρηστών.

- **Yandex (0.04%):** Είναι αρκετά δημοφιλής μηχανή αναζήτησης στη Ρωσία και είναι ένας από τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές της Google στη Ρωσία.

- **Petal Search (0.1%):** Είναι μια μηχανή αναζήτησης που αναπτύχθηκε από την Huawei Technologies, κυρίως για τη χρήση σε συσκευές Huawei και Honor.

6.3 Wordpress SEO

‘Οπως έχει αναφερθεί και παραπάνω ένα από τα θετικά του WordPress είναι ότι είναι φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης.

Το WordPress είναι ένα εργαλείο στο οποίο πρέπει να προσθέσουμε πρόσθετα και γνώσεις για να βελτιώσουμε την κατάταξή μας στις μηχανές αναζήτησης.

Το WordPress μαζί με τα κατάλληλα πρόσθετα μας προσφέρουν πλούσιες δυνατότητες εφαρμογής τεχνικών SEO.

6.4 Παράγοντες που επηρεάζουν το SEO

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν το SEO (Search Engine Optimization), ορισμένοι από αυτούς είναι οι εξής:

- **Ασφαλής και προσβάσιμη ιστοσελίδα** : Είναι πολύ σημαντικό η ιστοσελίδα μας να ασφαλίζεται με πιστοποιητικό SSL. Αυτό σημαίνει ότι το πρωτόκολλο πρέπει να είναι https και όχι http. Οι μηχανές αναζήτησης συνήθως δεν προωθούν τις ιστοσελίδες που δεν ακολουθούν το πιστοποιητικό SSL καθώς θέλουν να κρατήσουν τους χρήστες τους ασφαλείς. Επιπρόσθετα ενημερώνουν τον χρήστη για προβλήματα ασφαλείας σε ιστοσελίδες χωρίς https και αυτό αποτρέπει τον χρήστη από αυτή την ιστοσελίδα.

- **Ταχύτητα φόρτωσης :** Η ταχύτητα φόρτωσης είναι εξίσου σημαντική και για τον χρήστη και για το SEO. Συνήθως ιστοσελίδες που αργούν να φορτώσουν αυξάνουν το ποσοστό των χρηστών το οποίο αποχωρεί από την ιστοσελίδα σε πολύ αρχικό στάδιο. Υπάρχουν εργαλεία με τα οποία μπορούμε να ελέγχουμε την ταχύτητα της ιστοσελίδα μας με σκοπό την βελτιστοποίησή της, όπως το Google PageSpeed Insights.

- **Φιλική για κινητές συσκευές :** Responsive website είναι μια ιστοσελίδα που είναι σχεδιασμένη για να ανταποκρίνεται σε κάθε οθόνη και browser, παρουσιάζοντας ομοιόμορφη εικόνα. Καθημερινά οι χρήστες ξοδεύουν αρκετό χρόνο στις κινητές συσκευές και συνήθως είναι οι μόνες συσκευές που χρησιμοποιούν για τις καθημερινές τους αναζητήσεις. Για αυτό το λόγο είναι αρκετά σημαντικό η ιστοσελίδα μας να είναι φιλική για κινητές συσκευές. Επιπρόσθετα οι κύριοι αλγόριθμοι αναζήτησης, όπως η Google, δίνουν μεγάλη σημασία στην εμπειρία του χρήστη, και η φιλικότητα προς κινητές συσκευές είναι ένα σημαντικό μέρος αυτής της εμπειρίας.

- **Domain Name :** Το όνομα ενός site, όπως και το όνομα ενός καταστήματος μπορεί να παίξει σπουδαίο ρόλο για την επιτυχία του. Το ιδανικό domain name είναι σχετικά μικρό σε μέγεθος ώστε ο χρήστης να μπορεί να το θυμάται, να το διαβάζει και να το πληκτρολογεί εύκολα.

- **Περιεχόμενο :** Το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας είναι αρκετά σημαντικό καθώς ένας μεγαλύτερος αριθμός λέξεων βοηθά τη Google και τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν καλύτερα περί τίνος πρόκειται το κείμενο. Το μέγεθος του περιεχομένου καθώς και το είδος του περιεχομένου είναι αυτά που παίζουν ρόλο, ωστόσο τα μεγάλα κείμενα με περιττές πληροφορίες συνήθως δρουν αρνητικά για την ιστοσελίδα. Επίσης η χρήση keywords βοηθούν τις μηχανές αναζήτησης ώστε να κατατάξουν τα αποτελέσματα τους κατάλληλα, σύμφωνα με την αναζήτηση του χρήστη. Η επιλογή των σωστών keywords είναι σημαντική και πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά. Επιπρόσθετα ένας

παράγοντας που επηρεάζει αρνητικά το SEO μια ιστοσελίδας είναι το διπλότυπο περιεχόμενο. Θα πρέπει δηλαδή να μην επαναλαμβάνουμε το ίδιο ή παρόμοιο περιεχόμενο μέσα στην ιστοσελίδα μας.

- **Heading tags :** Η "σύνταξη" των επικεφαλίδων είναι αρκετά σημαντική καθώς βοηθά στην καλύτερη οργάνωση και κατανόηση του περιεχομένου από τους αναγνώστες και τους αλγόριθμους αναζήτησης, βελτιώνοντας έτσι την SEO της ιστοσελίδας σας. Υπάρχουν διάφορα heading tags, συνήθως σηματοδοτούνται ως <h1>, <h2>, <h3>, κ.λπ. <h1>Αρχική επικεφαλίδα</h1>, <h2>Δευτερεύουσα επικεφαλίδα παραγράφου 1</h2> και <h3>Επικεφαλίδα υποπαραγράφου 1</h3>

- **Εμπειρία χρήστη (User experience) :** UX&UI αφορούν το σωστό σχεδιασμό ενός ιστότοπου με στόχο την καλύτερη εμπειρία χρήστη. Οι μηχανές αναζήτησης καταγράφουν τις συμπεριφορές των χρηστών στις ιστοσελίδες και αυτές είναι που επηρεάζουν την κατάταξη τους στα αποτελέσματα αναζήτησης. Το εάν επισκέφτηκε ή όχι ένας χρήστης μια ιστοσελίδα και το χρονικό διάστημα που παρέμεινε σε αυτή είναι παράγοντες που λαμβάνονται υπ όψιν από τις μηχανές αναζήτησης.

- **Links :** Οι σύνδεσμοι χωρίζονται στους συνδέσμους από και προς την ιστοσελίδα μας καθώς και στους συνδέσμους εσωτερικά στην ιστοσελίδα (inbound, outbound, internal). Inbound links είναι σύνδεσμοι που προέρχονται από άλλους ιστότοπους προς την δική μας. Outbound links είναι σύνδεσμοι στον ιστότοπό μας που συνδέονται με άλλους ιστότοπους. Internal links είναι σύνδεσμοι μεταξύ των σελίδων στον δικό μας ιστότοπο. Η προσθήκη συνδέσμων πρέπει να γίνεται προσεκτικά καθώς εάν προσθέσουμε αχρείαστους συνδέσμους προς άλλες ιστοσελίδες ή συνδέσμους προς ιστοσελίδες μη φιλικές στις μηχανές αναζήτησης αυτό θα επηρεάσει αρνητικά το SEO της ιστοσελίδα μας

- **Πληροφορίες επιχείρησης :** Είναι πάρα πολύ σημαντικό η επιχείρηση μας να έχει πρόσωπο. Κάθε επιχείρηση και ειδικότερα όσες έχουν τοπικό χαρακτήρα πρέπει να έχουν προσθέσει την επιχείρηση τους στο Google Map , να έχουν συμπληρώσει όσο το δυνατό περισσότερα στοιχεία για την επιχειρηση και να ανανεώνεται η πληροφορία σχετικά συχνά. Επιπρόσθετα στην ιστοσελίδα μας πρέπει να αναγράφονται όλες οι πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση.

Καθώς οι μηχανές αναζήτησης συνέχεια εξελίσσονται, μπορεί να υπάρχουν και αλλαγές στους παράγοντες που επηρεάζουν το SEO μιας ιστοσελίδας.

6.5 Βελτιστοποίηση SEO στην ιστοσελίδα Study in Greece

Η βελτιστοποίηση μιας ιστοσελίδας για τις μηχανές αναζήτησης (SEO) είναι μια συνεχής και πολύπλοκη διαδικασία. Παρακάτω περιγράφονται μερικά βήματα που ακολουθούμε για να βελτιώσουμε το SEO της ιστοσελίδας μας.

6.5.1 Yoast SEO

Κατα τη διαδικασία βελτιστοποίησης του SEO της ιστοσελίδας Study in Greece χρησιμοποιήσαμε το πρόσθετο που αναφέραμε στην ενότητα 6 " YOAST SEO". Με το πρόσθετο Yoast SEO ορίζουμε πως θα εμφανίζεται η σελίδα ή το άρθρο μας σε αποτελέσματα μηχανών αναζήτησης στο διαδίκτυο.

Αρχικά σε όλες τις νέες σελίδες και άρθρα που δημιουργήσαμε φροντίσαμε να συμπληρώσουμε σωστά τα πεδία του YOAST SEO τα οποία είναι τα παρακάτω:

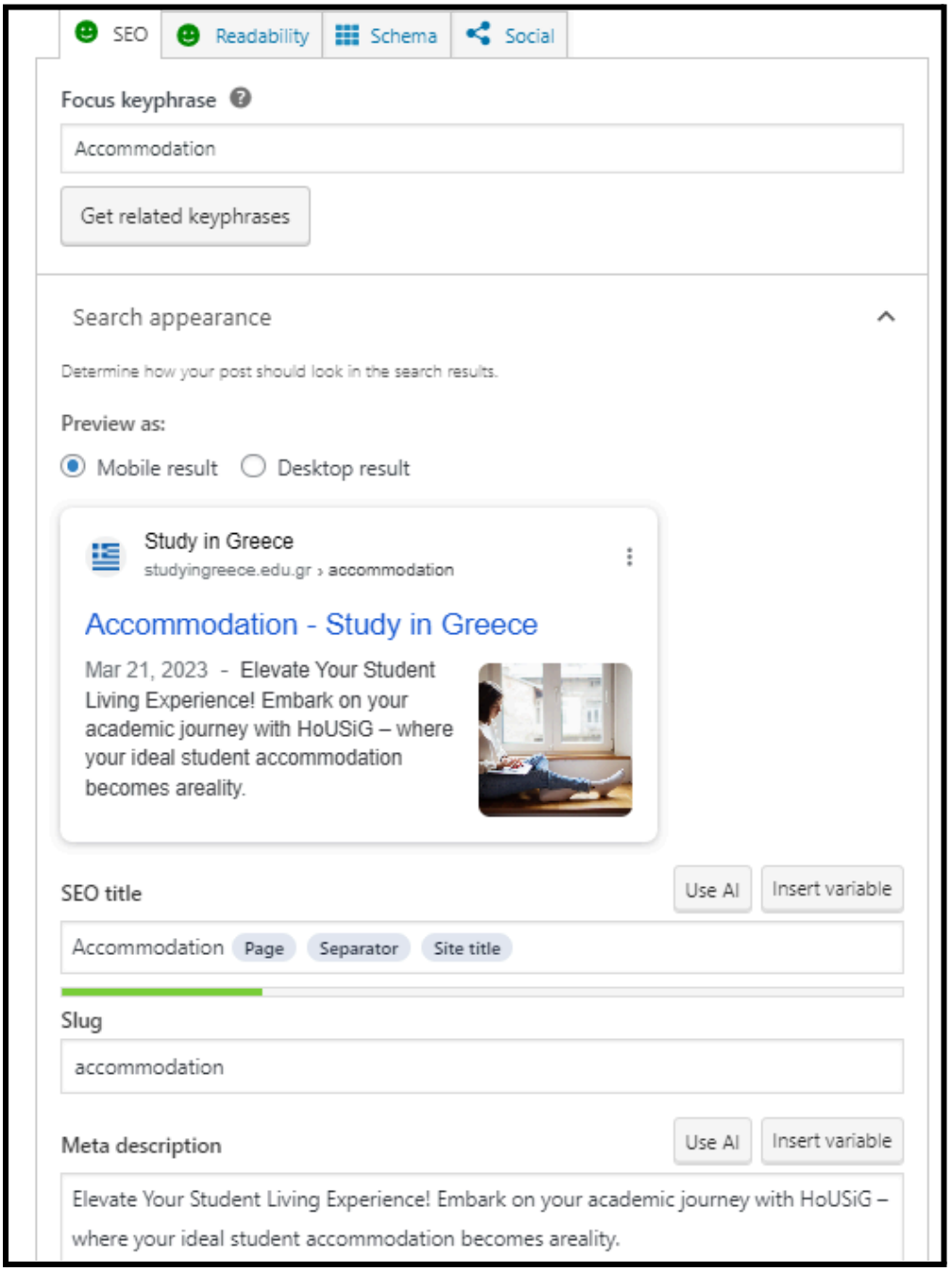
- Focus keyphrase - Λέξεις - κλειδιά : Σύμφωνα με το τίτλο και τα περιεχόμενα επιλέγουμε ενα με δυο λέξεις κλειδια που θα περιγράφουν το περιεχόμενο.

- SEO title -Τίτλος : Για την συμπλήρωση του SEO Title ως Title επιλέγουμε ένα περιγραφικό αλλά ταυτόχρονα περιεκτικό τίτλο, στον οποίο θα υπάρχουν και οι λέξεις κλειδιά.

- Slug : Στο πεδίο αυτό επιλέγουμε την κατάληξη που θα έχει το URL μας στην συγκεκριμένη σελίδα-αρθρο. Κάθε slug συνηθως είναι ίδιο με το Title απο το πεδίο SEO Title, καθώς και εδώ χρειαζόμαστε κάτι περιγραφικό αλλά ταυτόχρονα μικρό, λογικό και απλό. Επίσης η διεύθυνση πρέπει να είναι μοναδική.

- Meta description : Στο πεδίο αυτό συμπληρώσαμε μια μικρή περιγραφή για την κάθε σελίδα-άρθρο. Προσπαθήσαμε να περιορίσουμε το μέγεθος περίπου στους 155 χαρακτήρες, καθώς υπάρχει ένα όριο στο τι μπορούμε να δούμε στις SERPs (Search Engine Results Page).

Παρακάτω εμφανίζεται τα πεδία του πρόσθετου YOAST SEO για την σελίδα Accommodation του Study in Greece.



Εικόνα 6.5.1.1: Πρόσθετο Yoast SEO - Ρυθμίσεις εμφάνισης άρθρου/σελίδας στις μηχανές αναζήτησης

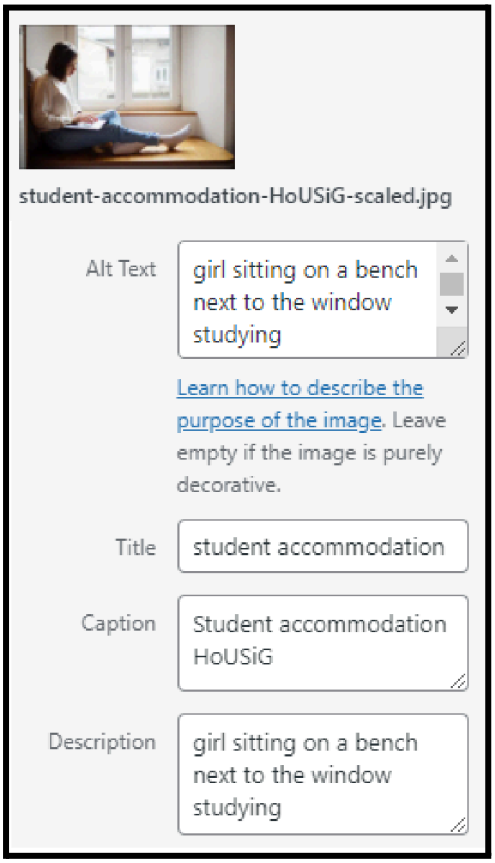
6.5.2 Εικόνες (Images)

Στη συνέχεια ασχοληθήκαμε με τις εικόνες που υπάρχουν στην ιστοσελίδα. Αρχικά όλες οι σελίδες και τα άρθρα έπρεπε να έχουν Featured Image. Επιπρόσθετα έπρεπε σε κάθε εικόνα του ιστοχώρου να γίνουν ορισμένες προσθήκες. Προσθήκη :

- **Τίτλου**: με λέξεις κλειδιά της ιστοσελίδας που περιέχει την φωτογραφία
- **Περιγραφής (Description)** : σύντομη περιγραφή για την εικόνα
- **alt tags (ALT : Alternative attribute)** : ακριβής περιγραφή τί απεικονίζει η εικόνα. Το alt tag είναι προσδιορισμός εναλλακτικού κειμένου που πρέπει να εμφανίζεται στη θέση ενός στοιχείου που δεν μπορεί να εμφανιστεί. **Alt text**: Με λέξεις κλειδιά που περιγράφουν την εικόνα.

Οι παραπάνω προσθήκες δεν βοηθάνε στην κατάταξη της ιστοσελίδας στα αποτελέσματα αναζήτησης, ωστόσο βοηθάνε στην κατάταξη της εικόνας από την Google.

Καθώς η ιστοσελίδα έχει μεγάλο όγκο πολυμέσων ηταν αρκετά δύσκολο να προσθέσουμε τα παραπάνω στοιχεία σε όλες τις εικόνες. Έτσι πάρθηκε η απόφαση σε πρώτο στάδιο να γίνουν οι προσθήκες στις εικόνες που εμφανίζονται στις σελίδες του ιστοχώρου, καθώς και στις εικόνες που θα ανέβαιναν στην συνέχεια στην ιστοσελίδα, είτε σε νέα σελίδα, είτε για νέο άρθρο. Παρακάτω εμφανίζεται η μορφή μια εικόνας η οποία χρησιμοποιήθηκε σαν Featured Image στην σελίδα Accommodation.



Εικόνα 6.5.2.1: Στοιχεία εικόνας

6.5.3 Heading tags

Όπως αναφέραμε παραπάνω τα Heading tags είναι ετικέτες που χρησιμοποιούνται για να ορίσουν τον τίτλο και την ιεραρχία των τμημάτων ενός κειμένου ή μιας ιστοσελίδας. Οι επικεφαλίδες σηματοδοτούνται ως <h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5>, και <h6>, με το <h1> να είναι η πιο σημαντική και η <h6> η λιγότερο σημαντική.

Κάνοντας έναν έλεγχο παρατηρήθηκε ότι σε ορισμένες σελίδες είχε χρησιμοποιηθεί το <h1> παραπάνω από μια φορές, το οποίο ήταν λάθος. Για αυτό το λόγο ορίσαμε ως <h1> το τίτλο της κάθε σελίδας και χωρίσαμε σε μικρότερες κατηγορίες τις υπόλοιπες θεματικές που υπήρχαν στις σελίδες. Στις σελίδες χρησιμοποίησαμε :

- <h1> : τιτλος σελίδας
- <h2> : τιτλος κάθε section
- <h3> : υποτιτλος σε section
- <h4> : τα υπόλοιπα σε μορφή τίτλου

6.5.4 Έλεγχος περιεχομενου

Άλλος ένας έλεγχος που έγινε με σκοπό να βελτιώσουμε το SEO της ιστοσελίδας ηταν σχετικά με το περιεχόμενο. Η Yoast SEO ελέγχει το μήκος του κειμένου της δημοσίευσής ή της σελίδας και προτείνει να υπάρχουν πάνω από 300 λέξεις για αναρτήσεις ή σελίδες. Το μέγεθος του περιεχομενου δεν έχει να κάνει με το πόσο ψηλά ή χαμηλά θα εμφανιστεί μια σελίδα. Ένας μεγαλύτερος αριθμός λέξεων βοηθά τη Google να κατανοήσει καλύτερα περί τίνος πρόκειται το κείμενο. Ωστόσο αυτο πρέπει να γίνεται με σύνεση και προσοχή καθώς κανείς δεν θέλει να διαβάζει κακογραμμένα, μακροσκελή άρθρα ή να βλέπει μεγάλες σελίδες. Η ποιότητα και η φιλικότητα προς τον χρήστη είναι η προτεραιότητα μας.

6.5.5 Σφάλματα σύνδεσης (broken links)

Κατα τη διαδικασία βελτίωσης της ιστοσελίδας μας γίνεται ένας έλεγχος ανα τακτά διαστήματα των links που υπάρχουν σε άρθρα και σελίδες. Σκοπός αυτού του ελέγχου είναι η αποφυγή των links που δεν οδηγούν πουθενά ή είναι σφάλματα (πχ. Error 404). Τα σφάλματα σύνδεσης είναι σύνδεσμοι που δεν λειτουργούν κανονικά και οδηγούν σε κενές

σελίδες ή σελίδες λάθους. Αυτά έχουν αρνητική επίδραση στο SEO της ιστοσελίδας μας καθώς μπορεί να επηρεάσουν την εμπειρία του χρήστη και την αξιοπιστία του ιστότοπου από την άποψη των μηχανών αναζήτησης.

6.5.6 SEOquake

Κατα την διαδικασία βελτιστοποίησης του SEO χρησιμοποιήσαμε το plugin SEOquake. Το SEOquake είναι ένα δωρεάν πρόσθετο που μας παρέχει βασικές μετρήσεις SEO, μαζί με άλλα χρήσιμα εργαλεία για την ανάλυση και την αξιολόγηση ιστοσελίδων από άποψη SEO.

Με το SEOquake μπορούμε να δούμε διάφορα πράγματα, συμπεριλαμβανομένων:

- Ανάλυση Σελίδας (Page Info): Παρέχει πληροφορίες όπως τον τίτλο της σελίδας, το meta-description, Internal links, External links, Keywords κλπ

- Keyword Analysis: Παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις κύριες λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούνται στη σελίδα, τον αριθμό των εμφανίσεων τους, και άλλες σχετικές μετρήσεις.

- Diagnosis: Στο πεδίο αυτό γίνονται έλεγχοι σχετικά με τους τίτλους το url τις εικόνες και άλλα πολλά που επηρεάζουν το SEO.

Έχουν γίνει έλεγχοι σε όλες τις σελίδες της ιστοσελίδας μας, έχουν καταγραφεί τα αποτελέσματα και έχουμε ξεκινήσει την βελτίωση κάθε σελίδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7.1 Συμπεράσματα

Στο πλαίσιο της πύλης "Study in Greece", μπορούμε να εξάγουμε τα εξής συμπεράσματα:

- **Προώθηση της Εκπαίδευσης στην Ελλάδα**: Η πύλη προσφέρει μια εξαιρετική πλατφόρμα για την προώθηση της εκπαίδευσης στην Ελλάδα. Μέσω της πύλης, πολλοί υποψήφιοι φοιτητές από διάφορες χώρες έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν τα προγράμματα σπουδών και τις εκπαιδευτικές δυνατότητες που προσφέρει η Ελλάδα.

- **Εξειδικευμένη Πληροφόρηση**: Με τη δυνατότητα παροχής λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με τα προγράμματα σπουδών, τις αιτήσεις εισαγωγής και την ζωή στην Ελλάδα, η πύλη προσφέρει πληροφόρηση στους ενδιαφερόμενους.

- **Υποστήριξη Φοιτητών**: Με την ενότητα "Student Services" και τη δυνατότητα επικοινωνίας μέσω Helpdesk, η πύλη παρέχει σημαντική υποστήριξη στους φοιτητές που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα.

- **Προώθηση Ελληνικών Πανεπιστημίων**: Η πύλη δίνει τη δυνατότητα στα Ελληνικά Δημόσια Πανεπιστήμια να προωθήσουν τα προγράμματα σπουδών τους καθώς και όλες τους τις ενέργειες στο διεθνές κοινό και να προσελκύσουν διεθνείς φοιτητές.

- **Συνεχής Εξέλιξη**: Η πύλη "Study in Greece" πρέπει να συνεχίσει να εξελίσσεται και να προσθέτει νέο περιεχόμενο και υπηρεσίες για να παραμένει ενημερωμένη και χρήσιμη για τους χρήστες της.

Τα παραπάνω συμπεράσματα αντικατοπτρίζουν τη σημασία και την αξία της πύλης "Study in Greece" ως πηγής πληροφοριών και υποστήριξης για φοιτητές που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα.

7.2 Μελλοντικές Βελτιώσεις

Για να βελτιώσουμε ακόμα περισσότερο την εμπειρία των χρηστών και την αποτελεσματικότητα της πύλης "Study in Greece," προτείνουμε τις παρακάτω μελλοντικές βελτιώσεις:

- **Επέκταση του Περιεχομένου**: Μια σημαντική μελλοντική βελτίωση θα περιλαμβάνει την επέκταση του περιεχομένου που προσφέρει η πύλη. Προσθέτοντας περισσότερες πληροφορίες για τα προγράμματα σπουδών, τις διαθέσιμες υπηρεσίες και την καθημερινή ζωή στην Ελλάδα, θα καλύψουμε ακόμα περισσότερες ανάγκες των χρηστών.

- **Διαμονή**: Έχουν γίνει ορισμένες ενέργειες οι οποίες έχουν να κάνουν με την διαμονή ενός φοιτητή στην Ελλάδα. Μελλοντικά θα αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο αυτή η ενότητα, παρέχοντας περαιτέρω πληροφορίες.

- **Συνεχής βελτιστοποίηση του SEO**: Η βελτιστοποίηση του SEO (Search Engine Optimization) για την ηλεκτρονική πύλη "Study in Greece" είναι κρίσιμη για την αύξηση της επισκεψιμότητας, καθώς αυτό εξαρτάται από το πόσο ψηλά και πόσο συχνά εμφανίζεται μία σελίδα στη λίστα αποτελεσμάτων αναζήτησης. Έχουν γίνει ορισμένα βήματα, ωστόσο μελλοντικά σκοπεύουμε να το αναπτύξουμε παραπάνω.

- **Πολύγλωσση έκδοση ιστοσελίδας :** Η ύπαρξη πολύγλωσσης ιστοσελίδας επιτρέπει σε ένα ευρύτερο κοινό να αποκτήσει πρόσβαση στο περιεχόμενο και έτσι να προσελκύσουμε περισσότερους επισκέπτες. Η προηγούμενη έκδοση του ιστοχώρου της Study in Greece είχε μεταφραστεί σε γαλλικά, ρώσικα, κινέζικα, αραβικά και ινδικά. Μελλοντικά σκοπεύουμε να επαναφέρουμε αυτές τις γλώσσες με την νέα έκδοση της ιστοσελίδας.

- **Βελτίωση χρόνου φόρτωσης ιστοσελίδας:** Η βελτίωση του χρόνου φόρτωσης της ιστοσελίδας είναι κρίσιμη για την εμπειρία των χρηστών και την απόδοση της ιστοσελίδας στις μηχανές αναζήτησης. Μελλοντικά θα προσπαθήσουμε να βελτιώσουμε περισσότερο το χρόνο φόρτωσης χρησιμοποιώντας κατάλληλα πρόσθετα (plugin), αφαιρώντας πρόσθετα που επιβαρύνουν την ιστοσελίδας κλπ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- “Explore Google Search documentation to improve your site's SEO”, Google, https://developers.google.com/search/docs
- “Search Engine Market Share Worldwide”, statcounter, https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/
- “Usage statistics and market shares of content management systems.” w3techs, https://w3techs.com/technologies/overview/content_management
- 301 Redirects, https://wordpress.org/plugins/eps-301-redirects/
- Εφημερίς της Κυβερνήσεως, “ΝΟΜΟΣ 4009/2011 Δομή, λειτουργία, διασφάλιση της ποιότητας των σπουδών και διεθνοποίηση των ανωτάτων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων ”, http://elib.aade.gr/elib/DesktopModules/PdfViewer/web/viewer.html?file=/elib/DesktopModules/ViewModule/Documents/gr-act-2011-4009-4009_2011.pdf
- Ματσούκη Αγγελική, “Ο νέος Νόμος για τα Α.Ε.Ι.: Διεθνοποίηση και Αξιολόγηση, οι κύριες αλλαγές στο Πανεπιστήμιο”, Μεταπτυχιακή Εργασία, https://eproceedings.epublishing.ekt.gr/index.php/edusc/article/view/165/423
- Ρουσιά Αθηνά, “Ανάπτυξη Δικτυακού Τόπου Μεταπτυχιακού Προγράμματος.” Μεταπτυχιακή εργασία, https://estia.hua.gr/file/lib/default/data/27518/theFile
- Σερέτη Άλκηστη, “ Δημιουργία ενημερωτικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας με αντικείμενο παροχές ,απασχόληση και κοινωνική ένταξη ανέργων”, Πτυχιακή Εργασία, https://estia.hua.gr/file/lib/default/data/22941/theFile
- Complianz | GDPR/CCPA Cookie Consent, https://wordpress.org/plugins/complianz-gdpr/
- Converter for Media, https://wordpress.org/plugins/webp-converter-for-media/
- Elementor & Elementor Pro, https://wordpress.org/plugins/elementor/
- Email Encoder - Protect Email Addresses, https://wordpress.org/plugins/email-encoder-bundle/

- European Commision, https://education.ec.europa.eu/
- Meta pixel for WordPress, https://wordpress.org/plugins/official-facebook-pixel/
- PDF Embedder, https://wordpress.org/plugins/pdf-embedder/
- Post SMTP, https://wordpress.org/plugins/post-smtp/
- Prime Slider, https://wordpress.org/plugins/bdthemes-prime-slider-lite/
- Site Kit by Google, https://wordpress.org/plugins/google-site-kit/
- Wordfence Security, https://wordpress.org/plugins/wordfence/
- Yoast SEO, https://yoast.com/
- Σεμινάριο Εκπαίδευση στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ -Grow with Google, 2020
- Σεμινάριο Fundamentals of digital marketing -Google, 2020
- Σεμινάριο SEO Study in Greece, Νεκτάριος Μακρυδάκης, 2023