



...materiales en la organización del punto de venta. 5.2. Planificación del trabajo a realizar.  
...3. Presupuestos de implantación. UD6. La Implantación de Espacios Comerciales y el  
Desarrollo Virtual. 6.1. Marketing y comercialización online de bienes y servicios. 6.2.  
Diferencias y complementariedad entre la implantación física e implantación virtual de un  
negocio. 6.3. Características de internet como canal de comunicación y comercialización de  
productos. 6.4. Objetivos de la tienda y el supermercado virtual. 6.5. La venta electrónica  
frente a las webs informativas. 6.6. Análisis del espacio comercial virtual.