

Produkty ekologiczne- obowiązująca moda, czy też powrót do natury?

Wstęp

Rozdział I

Ekologia jako nurt społeczny

1. Ruchy społeczne jako elementy podmiotów zmiany
2. Definicja ruchów społecznych
3. Typy ruchów społecznych
4. Ekologia jako ruch społeczny
5. Ekologia w kontekście życia w społeczeństwie posttradycyjnym

Rozdział II

Marketing oraz reklama produktów ekologicznych

1. Motywy dotyczące podejmowania decyzji w zakresie korzystania z produktów ekologicznych. Rola tzw. osób publicznych i gwiazd muzycznych w propagowaniu ekologii
2. Rola Internetu w przekazywaniu wiedzy o rynku produktów ekologicznych a także organizacjach i ruchach ekologicznych
3. Produkty ekologiczne dostępne na polskim rynku handlowym
4. Ekologiczne produkty dla dzieci

Rozdział III

Metodologia badań

1. Metodologia naukowa. Główne metody badań w socjologii
2. Przedstawienie analizy problemu
3. Podsumowanie badań

Zakończenie

Bibliografia