

Дисциплина *«Брачный рынок и маркетинг взаимных симпатий»* предназначена для студентов магистратуры и включает в себя изучение социальных, демографических, экономических и психологических факторов, способствующих либо препятствующих вступлению в брак.

Цель: сформировать у студентов магистратуры представление о закономерностях брачного рынка как сферы действия матримониального (брачного) поведения, направленного на вступление в брак (или на отказ от этого) в зависимости от соответствия социальных, демографических и психологических характеристик одной из сторон ожиданиям другой стороны (и наоборот).

Задачи:

1. сформировать у магистрантов умения и навыки использования демографических и социологических данных для изучения брачного рынка
2. дать магистрантам представление о специфике «спроса» и «предложения» на брачном рынке по сравнению с товарно-денежным и обменным (бартерным) рынком
3. научить магистрантов использовать систему показателей, характеризующих мужскую и женскую брачность, как два разных демографических процесса
4. научить магистрантов использовать показатели брачных потенциалов и их реализации, характеризующих брачность, как единый демографический процесс