Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

Башкирский государственный университет

Нефтекамский филиал

Экономико-математический факультет

Кафедра финансового менеджмента

Контрольная работа по дисциплине

«**Краткосрочная финансовая политика**»

Выполнил: студент 5 курса

заочного отделения

специальность финансы и

кредит, группа Э-51з

№ зачетной книжки 044507

№ варианта 07

Проверил:

Нефтекамск 2008

Содержание

с.

Виды цен и их сущность 3

Электронные переводы денежных средств 11

Задача 17

Список использованных источников 18

# Виды цен и их сущность

В зависимости от ряда экономических признаков все цены классифицируются по видам и разновидностям. Первым и важнейшим признаком классификации цен является их дифференциация в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения. В зависимости от этого признака цены подразделяются на следующие основные виды:

* оптовые цены на продукцию промышленности;
* цены на строительную продукцию;
* закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;
* тарифы грузового и пассажирского транспорта;
* розничные цены;
* тарифы на коммунальные и бытовые услуги;
* цены, обслуживающие внешнеторговый оборот (экспортные и импортные цены).

Оптовые цены на продукцию промышленности – цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий промышленности независимо от форм собственности в порядке оптового оборота. Продукция продается и покупается оптовыми партиями со сменой форм собственности. Оптовые цены на продукцию промышленности в свою очередь подразделяются на два подвида:

* оптовая цена предприятия (отпускная цена);
* оптовая цена промышленности.

Оптовая цена предприятия (отпускная цена) – цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведенную продукцию оптово-сбытовым организациям или другим предприятиям. Реализуя свою продукцию по оптовым ценам, предприятие или фирма должны возместить свои издержки производства и реализации и получить такой размер прибыли, который позволил бы им выжить в условиях рынка. Разновидностью оптовой цены предприятия является трансфертная цена. Трансфертная цена применяется при совершении коммерческих операций между подразделениями одной и той же фирмы или предприятия. Она может использоваться как в отношении готовых изделий, полуфабрикатов, сырья, так и в отношении услуг, в том числе управленческих платежей и процентов за кредит.

Оптовые цены промышленности – цены, по которым предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию оптово-сбытовым и снабженческим организациям. Оптовые цены промышленности помимо оптовой (отпускной) цены включает снабженческо-сбытовую (оптовую) наценку или скидку и НДС. Снабженческо-сбытовая (оптовая) наценка или скидка – это цена на услугу по снабжению и сбыту; как любая цена, она должна компенсировать издержки снабженческо-сбытовых или оптовых организаций и обеспечить им прибыль. Разновидностью оптовой цены промышленности является цена биржевого товара (биржевых сделок). Она формируется на базе котировок и надбавок или скидок с нее в зависимости от качества товаров и расстояния товара от места поставки, предусмотренного биржевым контрактом.

Цены на строительную продукцию. Продукция строительства оценивается по трем видам цен:

* сметная стоимость – предельный размер затрат на строительство каждого объекта;
* прейскурантная цена – усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1кв. м. жилой площади и др.);
* договорная цена, устанавливаемая по договоренности между заказчиками и подрядчиками; сфера действия этой цены все более расширяется с развитием рыночных отношений.

Закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию – это цены (оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственная продукция сельскохозяйственными предприятиями, фермерами и населением. На практике закупочные цены для отдельных хозяйств трансформируются в средние цены фактической реализации, в которых учтены цены и количество продукции, проданной по различным каналам реализации (заготовительным организациям, по прямым связям с розничной торговлей, на колхозном рынке и др.). Закупочные цены – договорные цены, оно устанавливаются в зависимости от соотношения спроса и предложения. По своему составу закупочная цена состоит из себестоимости, прибыли и НДС.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта – плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения. Составные элементы тарифа – издержки и прибыль транспортных организаций и НДС. Затраты грузового транспорта состоят из двух частей: ставки на начально-конечные операции (погрузка и разгрузка) и ставки затрат за движенческую операцию (транспортировка грузов).

Розничные цены – цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям. Они являются конечными; по этим ценам товары выбывают из сферы обращения и потребляются в домашнем хозяйстве или в производстве. Состав розничной цены характеризуется следующими экономическими элементами, ее образующими: оптовой ценой промышленности, НДС и торговой надбавкой или торговой скидкой. Торговая надбавка состоит из издержек торговых организаций и прибыли для продолжения их деятельности. Торговая надбавка устанавливается предприятием розничной торговли в процентах к ценам приобретения товаров (с НДС). Разновидностью розничной цены является аукционная цена – цена товара, проданного на аукционе. Она может существенно отличаться от рыночной цены, поскольку отражает уникальные и редкие свойства и признаки товаров. Кроме продажной цены имеется еще цена потребления, или издержки потребления. Издержки потребления – это расходы на обслуживание, ремонт, запасные части, топливо, электроэнергию и т.д.

Тарифы на коммунальные и бытовые услуги – это плата за различные услуги, оказываемые населению бытовыми и коммунальными службами. К ним относятся цены на услуги прачечных, парикмахерских, химчисток, цены на ремонт одежды и обуви, а также плата за квартиру, телефон и прочее. Цены на эти услуги включают себестоимость, прибыль и НДС.

Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот (экспортные и импортные цены). Особое значение в системе мировых цен имеют цены на экспортируемые товары. На них действуют два основных вида цен:

* цена франко-станция отправления;
* цена франко-станция назначения.

Эти цены различаются методами возмещения транспортных расходов, и каждая из них имеет много разновидностей. На экспортируемые товары внутри страны устанавливаются специальные цены и надбавки к внутренним оптовым ценам. В них включаются также таможенная пошлина и другие таможенные платежи. На импортные товары цены устанавливаются на основе импортной (контрактной) стоимости с включением: 1) расходов по закупке; 2) расходов по доставке товаров до границы в валюте страны-экспортера. Далее импортная цена пересчитывается в рубли по курсу ЦБ РФ. К ней добавляются налог на импорт, таможенная пошлина, акцизы, НДС и другие платежи. Розничные цены на импортные потребительские товары устанавливаются внутри страны свободными исходя из соотношения спроса и предложения.

Классификация цен в зависимости от территории действия. В соответствии с этим признаком различают:

* цены единые, или поясные;
* цены региональные и местные.

Единые, или поясные цены устанавливаются и регулируются государственными органами на такие виды продукции и услуг как газ, электроэнергия, транспорт, квартплата и некоторые другие. Региональные и местные цены регулируются региональными органами власти и управления. Региональными являются цены и тарифы на подавляющее большинство коммунальных и бытовых услуг, оказываемых населению.

Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов. Исходя из этого экономического признака, различают несколько видов цен:

* цена в месте производства продукции. Товар передается покупателю в том месте, где он был произведен, со всеми правами на него и ответственностью;
* единая цена с включением расходов по доставке. Этот метод предполагает формирование фирмой единой цены для всех покупателей независимо от их местоположения с включением в нее одинаковой суммы транспортных расходов. Эта сумма рассчитывается как средняя стоимость всех перевозок;
* зональные цены. В соответствии с этим методом определения цен выделяются несколько географических зон, и устанавливается единая цена для клиентов, расположенных в границах одной зоны. Для каждой из зон эти цены являются различными;
* цены, определяемые на основе базисного пункта. Согласно этому методу предприятие устанавливает в нескольких географических пунктах базисные цены на одну и ту же продукцию. Фактические цены продажи рассчитываются путем прибавления к цене, установленной для ближайшего от заказчика базисного пункта, транспортных расходов по доставке товара к месту назначения.

При переходе общества к рынку появляется такой признак как степень свободы цен от воздействия государства при их определении. Различают следующие виды цен:

* свободные цены свободно складываются на рынке под воздействием спроса и предложения, независимо от какого бы то ни было прямого влияния государственных органов;
* регулируемые цены складываются под влиянием спроса и предложения, но испытывают при своем формировании определенное воздействие государственных органов, которое осуществляется методами: 1) либо прямого ограничения роста или снижения цен; 2) либо путем регламентации рентабельности; 3) либо путем установления предельных значений элементов цены и прочее;
* фиксированные цены прямо устанавливаются государством в лице каких-либо органов власти и управления. Существуют такие формы фиксированных цен, как прейскурантные цены, замораживание рыночных свободных цен, фиксирование монопольных цен.

Классификация цен в зависимости от степени новизны товара. В соответствии с этим признаком различают цены на новые товары и товары, реализуемые на рынке относительно долгое время.

По новым товарам практикой рыночного ценообразования многих стран выработаны определенные виды и методы образования цен:

* цена «снятия сливок». Согласно этому методу с самого начала изготовления и появления нового товара на рынке на него устанавливается максимально высокая цена в расчете на потребителя, готового купить этот товар по такой цене. Высокая первоначальная цена способствует созданию имиджа качественного товара, что в дальнейшем может существенно облегчить его реализацию при сниженных ценах. Цена снижается лишь после того как спрос по максимальной цене оказывается удовлетворенным. Снижение цены позволяет увеличить зону продажи – привлечь новых покупателей.
* цена «проникновения (внедрения) на рынок». С помощью этого метода предприятие устанавливает значительно более низкую цену по сравнению с ценами на аналогичные товары конкурентов. Использование такой цены направлено на то, чтобы привлечь максимальное число покупателей и занять как можно большую долю рынка. Такая стратегия возможна при больших объемах выпуска товаров, которые позволяют возмещать общей массой прибыли потери ее на отдельном изделии. Использование этого метода дает эффект при эластичном спросе, а также при условии, что рост объемов производства обеспечивает снижение издержек.
* «психологическая» цена. Устанавливая цену, продавец должен учитывать психологию восприятия цены покупателем. «Психологическая» цена на товар обычно чуть ниже круглой суммы, выраженная нечетным числом, например, 599, а не 600 рублей и т.д. В действительности в выигрыше остается продавец: количество проданных товаров и соответственно сумма полученной прибыли у него возрастают.
* цена «следования за лидером» в отрасли или на рынке. В соответствии с этой стратегией ценообразования цена на товар устанавливается примерно на уровне цены главного конкурента. При этом цена не должна превышать цену, предлагаемую лидером, то есть главным конкурентом. На взаимозаменяемую продукцию устанавливается одинаковая цена. Если товары близки друг другу по потребительским характеристикам (например, автомобили), то в ценах могут быть некоторые различия.
* цена с возмещением издержек производства. В данном случае фирма устанавливает цену на свой товар, основываясь на фактических издержках производства и средней норме прибыли на рынке или в отрасли.
* престижная цена устанавливается на высококачественные товары известной фирмы, обладающие уникальными свойствами. Цены устанавливаются на очень высоком уровне.

На товары, реализуемые на рынке относительно длительное время, устанавливаются следующие виды цен:

* скользящая или падающая цена устанавливается почти в прямой зависимости от соотношения спроса и предложения. По мере насыщения рынка она снижается. В этом случае тесно взаимодействуют цены на товары и объемы их производства. Чем больше объем выпуска продукции, тем обширнее у фирмы возможности для снижения издержек и, в конечном счете – цены.
* долговременная цена устанавливается на товары массового спроса. Она не подвержена изменениям на протяжении долгого времени.
* цена потребительского сегмента рынка. Суть этого метода определения цены состоит в следующем: на примерно одни и те же виды товаров и услуг, которые реализуются различным социальным группам населения с разным уровнем доходов, устанавливаются неодинаковые цены – например, на различные модификации легковых автомобилей, билеты в театры и т.д.
* гибкая цена меняется в зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке. Использование такой цены возможно при сильных колебаниях спроса и предложения в относительно короткие сроки.
* преимущественная цена. Метод определения этой цены предусматривает для фирм, занимающих доминирующее положение на рынке (доля рынка 70-80%), определенное снижение цен на свои товары для предотвращения проникновения на рынок новых конкурентов.
* цены на изделия, выпуск которых прекращен. Цены на такие товары (например, запчасти к легковым автомобилям, выпуск которых завершен) выше, чем на обычные товары.
* цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий. Такая цена определяется на товары, дополняющие другой товар, который реализуется по обычной цене. Эта цена используется как реклама.
* договорная цена. Суть этого метода определения цены состоит в том, что покупателю предлагаются какие-либо льготы и скидки по сравнению с обычной ценой. Например, при покупке двух видеокассет третья дается бесплатно.

# Электронные переводы денежных средств

С начала 2000 года электронная коммерция в России ежегодно увеличивает обороты. Количество услуг и товаров, которые можно оплатить, используя электронные платежные системы и пластиковые карты, увеличивается с огромной скоростью. Это привело к появлению большого количества разнообразных систем платежей, некоторые из них уже не существуют, другие - набирают популярность.

На данный момент основные перспективы развития систем электронных денег в основном связаны с мобильной коммерцией, локальными платежами, а также интеграцией в универсальные персональные финансовые сервисы. Кроме того, существенную роль может сыграть продвижение электронных денег на рынок услуг, предоставляемых банками. Расширение использования электронных денег связано с различными факторами как ускоряющими их развитие, так и ограничивающими его, воздействуют на достижение максимальной эффективности, в том числе экономичности, оперативности, удобства использования, надежности и безопасности. Факторы, непосредственно оказывающие воздействие на развитие систем электронных денег, связаны с одной стороны со степенью заинтересованности эмитентов, клиентов и предприятий торговли (услуг) в применении электронных денег и с другой стороны - с уровнем контроля со стороны регулирующих органов за развитием данных систем.

В качестве основных стимулов развития систем электронных денег для эмитентов могут выступать следующие факторы:

* уровень доходов от взимаемой с держателей электронных денег и предприятий торговли (услуг) платы за услуги, связанные с предоставлением возможности проведения платежей электронных денег;
* уровень доходов от инвестирования средств, являющихся обеспечением выпущенных в обращение электронных денег.

Однако одним из ключевых факторов является готовность потребителей и предприятий торговли (услуг) принять новую систему оплаты в сфере розничных платежей, базирующуюся на новых информационных технологиях.

Электронные деньги позволяют совершать достаточно широкий спектр различных платежей. Как правило, это внутренние платежи той платежной системы, в рамках которой эмитированы электронные деньги, но также могут осуществляться и платежи во внешние системы, в том числе и обычные банковские переводы.

Основные виды переводов:

* Моментальные платежи в пользу получателей, подключенных к платежной системе. К таким платежам относятся коммунальные платежи, платежи за сотовую связь, интернет, коммерческое телевидение, и т.д. В целом, суть такого рода платежей, как правило, сводится к пополнению лицевого счета абонента какого-либо сервиса. Платежная система позволяет инициировать такой платеж, и предоставляет своему пользователю все необходимые формы, которые нужно заполнить, чтобы его осуществить.
* Платежи в интернет-магазинах. Такие платежи инициируются на стороне интернет-магазина, покупателю предоставляется возможность выбора той или иной системы электронных денег в качестве источника платежа. Чаще всего организацию таких платежей берут на себя платежные шлюзы.

В любом случае, получатель платежа должен иметь возможность принимать платежи при помощи электронных денег данного эмитента, то есть иметь взаимоотношения с оператором системы электронных денег, прямые, или посредством сторонней платежной системы или платежного шлюза. Это существенно ограничивает возможности оплаты.

Существует теоретическая возможность использования электронных денег для осуществления локальных платежей, то есть оплаты в обычных магазинах, за транспорт, и т. д. В данный момент реализация этих возможностей находится в начальной стадии, но перспективы развития таких платежей колоссальны.

Все электронные платежные системы можно разделить на два типа по способу доступа к электронным деньгам:

1. Требующие установки специального программного обеспечения;

2. Системы, имеющие Web - интерфейс.

Ввод средств может быть осуществлен различными способами, набор которых зависит от возможностей конкретной системы электронных денег. Наиболее распространенные способы:

* Покупка и инициирование карты экспресс-оплаты (КЭО). В некоторых системах карта может быть инициирована в виде отдельного электронного кошелька, или может быть использована для пополнения существующего электронного кошелька. Карта может быть инициирована при помощи различных интерфейсов;
* Внесение наличных средств при помощи автоматов приема наличных, оплаты в кассах торговых точек или пунктов приема наличных платежей. При внесении средств указывается идентификатор электронного кошелька;
* Банковский перевод на расчетный счет оператора системы электронных денег. Один из наиболее дорогих способов зачисления при небольшой сумме, так как банки, как правило, взимают фиксированную комиссию. Это и один из наиболее дешёвых способов, так как при внесении крупной суммы комиссия банка минимальна;
* Оплата кредитной картой. Эта операция может быть произведена через телебанк, через банкоматы, через сервисы, предоставляемые непосредственно платежной системой, а также при помощи внешних сервисов;
* Конвертация средств из другой системы электронных денег;
* Покупка за SMS путем перевода средств со счета абонента сотового оператора. Редкий и очень дорогой способ.

Вывод средств также может быть осуществлен различными способами:

* Получение наличных в кассе оператора системы или в пункте выдачи наличных средств;
* Почтовый перевод на имя, указанное владельцем электронного кошелька;
* Банковский перевод на указанный счет;
* Пополнение счета кредитной карты при помощи электронных денег;
* Конвертация в электронные деньги других систем.

Обычно за вывод средств берется определенная комиссия. Существуют также лимиты на размер выводимых сумм.

Одна из основных функций любой системы электронных денег - осуществлять возможность безналичных переводов между участниками системы, заменяя наличные расчеты. Есть несколько способов осуществления внутренних переводов:

* Прямой перевод средств на указанный электронный кошелек. Это наиболее распространенный способ осуществления внутренних платежей;
* Эмиссия электронного чека на определенную сумму, и передача этого чека получателю платежа. Чек может быть передан любым способом, в том числе и лично. Получатель использует чек для пополнения собственного электронного кошелька. Этот способ может быть удобен в том случае, если расчет происходит на месте, в процессе передачи какого-то товара или услуги. А также в том случае, если плательщик или получатель по каким-то причинам хотят скрыть идентификаторы своих электронных кошельков.

Система электронных денег может предоставлять различные механизмы гарантии или страхования перевода, отзыва платежа, идентификации.

В системах межбанковских электронных переводов денежных средств в торговых организациях осуществляется перечисление средств со счета покупателя на счет продавца в момент покупки или в отдельных случаях с отсрочкой платежа по желанию клиента. Большинство операций выполняется при помощи пластиковых карточек, которые вышли на передовые позиции в организации платежного оборота, постепенно вытесняя чеки и чековые книжки. В последние годы ведутся работа по внедрению многоцелевых карточек, которые можно использовать как кредитные, платежные, чековые гарантийные карточки.

Пользование системами имеет ряд преимуществ для клиента:

1. Быстрота совершения операций.
2. Сокращение платы за услуги банку. Операции, осуществляемые при помощи электронных систем платежей, обходятся для банка значительно дешевле, чем аналогичные операции с наличными или другими бумажными платежными документами.
3. Более быстрое зачисление средств на счет продавца по сравнению с другими методами платежа, поскольку данная операция производится автоматически в момент покупки.
4. Сокращение бумажного документооборота и издержек обращения.
5. Гарантия платежа и надежная защита от несанкционированного доступа к счету клиента.
6. Возможность приобрести товар, не имея при себе наличные.
7. Высокая скорость обработки информации.
8. Немедленная инкассация выручки.

Наряду с преимуществами использование систем вызывает ряд серьезных проблем:

1. Прогресс технологии ставит на повестку дня необходимость внедрения более современной, сложной, а значит и дорогостоящей техники.
2. Нет 100%-ной надежности оборудования.
3. Все большая доступность денежных средств может привести к нарушению конфиденциальности операций, возможность несанкционированного совершения операций в результате кражи карточки и т.д.
4. Так как требуется оформление документов, подтверждающих произведенные платежи, резкого сокращения бумажного документооборота не наблюдается.

Internet банкинг - сегодня при помощи Internet банки предлагают проводить перевод средств со своего счета на любой другой, переводить средства в электронные деньги и производить оплату покупок в Internet-магазинах, оплачивать коммунальные услуги, услуги провайдеров и средств связи, пополнять карточные счета и электронные кошельки электронными деньгами. Сотрудничество с банком через Internet мало чем отличается от обычного.

Например, время совершения операций по счету через физический банк и его виртуальную версию будет одинаковым. Если по обычному счету выписку можно получить не ранее следующего рабочего дня, то Internet позволяет проследить за перемещением средств в режиме on-line. Иногда банки предлагают более низкие тарифы на обслуживание Internet-счетов. Пока это скорее исключение, чем норма. Однако с увеличением числа пользователей Internet и популярности электронных денег возрастет и популярность Internet-банкинга. По различным оценкам, в ближайшие два-три года число банков, предлагающих проведение платежных операций on-line, достигнет несколько сотен. А это значит, что вскоре услуги Internet-банков начнут дешеветь.

Современные технологии позволяют банкам использовать многоуровневую систему защиты. В качестве обычной подписи, привычной на бумажных документах, клиент "виртуального банка" использует комбинацию цифр, так называемую электронную цифровую подпись (ЭЦП). Носителем ключа такой подписи может служить дискета, чип-таблетка или smart-карта. Кроме того, пользователю присылается пароль для входа в систему.

Для подстраховки банки нередко практикуют повторные запросы на совершение операций. Кроме того, для обеспечения конфиденциальности при работе в различных Internet-областях вся передаваемая информация о проведенных трансакциях шифруется по соответствующим протоколам.

По мнению аналитиков, в скором времени электронные средства расчетов полностью вытеснят с рынка наличные деньги и чеки, поскольку они представляют более удобный способ оплаты за товары и услуги. Онлайновая оплата счетов достигнет значительных объемов, поскольку большинство пользователей начнет использовать или увеличит использование этой платежной опции. Вместе с этим значительно сократится использование "бумажных" платежей. Однако специалисты предупреждают, что в данной области банки столкнутся с конкуренцией со стороны провайдеров финансовых услуг, учитывая, что провайдер, который предоставит пользователям удобный и простой интерфейс сможет удерживать их в течение длительного времени.

# Задача

Руководство предприятия намерено увеличить выручку от реализации на 10% (с 40000 руб. до 44000 руб.). Общие переменные издержки составляют для исходного варианта 31000 руб. Постоянные издержки равны 3000 руб. Рассчитайте сумму прибыли, соответствующую новому уровню выручки от реализации:

1. традиционным способом;
2. с помощью операционного рычага;
3. сравните результаты и сделайте предположение о степени фондовооружённости данного предприятия.

Решение:

1. МПр. = 44000 руб. – 31000 руб. × 1,1 = 9900 руб.

Пр. = 9900 руб. – 3000 руб. = 6900 руб.

2. МПр. = 40000 руб. – 31000 руб. = 9000 руб.

Пр. = 9000 руб. – 3000 руб. = 6000 руб.

ЭПР = 9000 руб. / 6000 руб. = 1,5.

Выручка увеличилась на 10%, прибыль увеличилась на 15%.

Пр. = 6000 руб. × 1,15 = 6900 руб.

3. Прибыль предприятия увеличилась на 900 руб., фондовооруженность данного предприятия не изменилась.

Ответ: 1. Прибыль, соответствующая новому уровню выручки от реализации, рассчитанная традиционным способом равна 6900 рублей. 2. Прибыль, соответствующая новому уровню выручки от реализации, рассчитанная с помощью операционного рычага равна 6900 рублей. 3. Прибыль предприятия увеличилась на 900 руб., фондовооруженность данного предприятия не изменилась.

# Список использованных источников

1. Банковское дело: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. О. И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.: ил.
2. Долгосрочная и краткосрочная финансовая политика предприятия: Учебное пособие / Под ред. И. Я. Лукасевича. – М.; Вузовский учебник, 2009. – 288 с.
3. Краткосрочная финансовая политика: Учебное пособие / В. А. Щербаков, Е. А. Приходько. – М.: КНОРУС, 2005. – 272 с.
4. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е. С. Стояновой. 5-е изд., перераб. и доп. / – М.: Изд-во «Перспектива», 2000. – 656 с.
5. Цены и ценообразование: Учебник / И. К. Салимжанов, О. В. Португалова, В. Е. Новиков и др.; Под ред. И. К. Салимжанова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2003. – 360 с.