



ООО «ДжиБиАй-Консалтинг»

**11 июня 2025г.**

(10.00-14.30, время Московское)

### **Онлайн-встреча с экспертом**

## **Расходы на рекламу и затраты на стимулирование лояльности. Маркетинговые приемы.**

Лектор: **Сердюк М.** (к.э.н., доцент, аудитор, опыт работы 31 год, бухгалтерский и налоговый учет, налогообложение)

Урегулирован порядок распространения рекламы в Интернете. Все подробности Закона №347-ФЗ. Налоговые риски при несоответствии фактического механизма акций лояльности и их отражения в налоговом учете.

### **ПРОГРАММА**

1. Основные требования к изготовлению и размещению рекламы. Место реализации рекламных услуг. Документы, подтверждающие место выполнения рекламных услуг. Разные виды рекламы: особенности учета.
2. Реклама в СМИ.  
Web-сайт фирмы, другая реклама в Интернет. Реклама в интернете: что можно, а что нельзя. Интернет-реклама должна быть маркирована в установленном порядке.  
Расходы на рекламу, распространяемую в виде видеороликов через интернет-ресурсы, в том числе блогерами.
3. Как учесть расходы на сайт в бухгалтерском и налоговом учете
4. Наружная реклама.
5. Реклама на транспорте.
6. Участие в выставках, выставках-продажах, содержание комнат образцов, демонстрационных залов, экспозиций. Уценка и списание потерявших вид образцов. Презентации. Участие в выставках за рубежом.
7. Печатная реклама. Каталоги, буклеты, листовки. Рассылка рекламных материалов.
8. Подарки, дегустации, «пробные образцы». Организация планирует производить образцы продукции для их передачи покупателям для тестирования. Как учесть такую операцию в целях налога на прибыль? Как учесть подарки клиентам при расчете налога на прибыль. Могут ли подарки быть рекламными расходами?  
Как учитывать подарки контрагентам - физическим лицам от юридических лиц:  
а) подарок физическому лицу только при совершении им покупки.  
б) организация передает имущество физическому лицу безвозмездно, не рассчитывая на получение в результате каких-либо экономических выгод.
9. Сувениры и канцелярские товары с логотипом организации. Форменная одежда с логотипом.
10. Затраты на приоритетную выкладку товара в магазине. Спорные вопросы учета расходов на мерчандайзинг. Можно ли учесть расходы на мерчандайзинг для целей налога на прибыль?
11. Особенности заключения договоров с покупателями.  
Программы лояльности. Учет и налогообложение затрат на стимулирование покупателей. Что учесть при разработке программы лояльности и начислении бонусных баллов.
12. Спонсорство.
13. Лотерея и розыгрыш призов.
14. Организация конкурсов в рамках проведения рекламных акций. Отличие конкурса от лотереи. Можно ли затраты организации, связанные с приобретением призов, учесть в составе расходов при исчислении налога на прибыль?
15. Типичные ошибки в бухгалтерском и налоговом учете расходов на рекламу. «Рискованные расходы». Бухгалтерский и налоговый учет расходов на рекламу (принятие на учет и списание ТМЦ, расчет норматива, признание стоимости приза в затратах, признание услуг рекламных агентств, форменной

одежды и др.) с учетом п. 3 ФСБУ 5/2019, утвержденного Приказом Минфина России от 15.11.2019 N 180н. Нормируемые расходы на рекламу.

Учет и налогообложение затрат на стимулирование покупателей. Требования к документальному оформлению расходов. Отчет рекламных агентств. Акт выполненных работ (оказанных услуг), эфирные справки, кассовый чек, отчет о размещении, скриншот (снимок экрана), отчет, содержащий статистику посещения интернет-сайта и пр.

16. НДС (сложные вопросы вычета и уплаты налога при отражении рекламных и стимулирующих мероприятий). Принятие к вычету НДС по сверхнормативным расходам на рекламу.

17. НДФЛ победителей в конкурсах и лотереях.

- Облагается ли НДФЛ выгода от участия в программе лояльности?

- Об НДФЛ с дохода от участия в конкурсе, проводимом в целях рекламы товаров (работ, услуг).

18. Какая ответственность установлена за нарушение законодательства о рекламе. Согласно ч. 8 ст. 18.1 Федерального закона "О рекламе" оператор рекламных данных обязан передать в Роскомнадзор в соответствии с законодательством о рекламе информацию о распространенной в Интернете рекламе. Какая ответственность предусмотрена за неисполнение данной обязанности?

19. Как учесть расходы на рекламу при УСН в 2025 году.

20. Маркетинговые приемы и налоговые риски при их оформлении и отражении в учете. Не всякое маркетинговое мероприятие – реклама.

21. Что такое комиссионная система оплаты труда для маркетологов? Как составить положение по оплате труда по данной системе?

22. Ответы на вопросы.

**Стоимость участия – 11900 рублей.**

Ценообразование регулируется *только* количеством участников!

**Возможна пост-оплата по гарантийному письму!**

**В стоимость включено:** очное участие (в т.ч. питание и канцелярия) или онлайн участие (просмотр + запись мероприятия), метод.материалы, сертификат о прослушивании, фин.документы.

**Бонус!!!**

**Дополнительно участник получает право доступа к записи еще одного вебинара по одной из наиболее актуальных тем изменения законодательства + методический материал.**

*Для профессиональных бухгалтеров – возможность получения ежегодного сертификата ИПБ 40 часов за 1 день (уточняйте условия) !!!*

**Подробности, регистрация, справки и ваши вопросы:**

**8-495-644-76-07, [www.gbi-c.ru](http://www.gbi-c.ru), [vsb@gbi-c.ru](mailto:vsb@gbi-c.ru)**