



Ostrów Wielkopolski, dnia 26.08.2026r.

Szanowni Państwo,
Centrum Kształcenia Kadrowego w Ostrowie Wielkopolskim zaprasza na **szkolenie on-line**:

**Reklama, reprezentacja, sponsoring, prezenty
dla pracowników i klientów
w praktyce banków spółdzielczych
Przegląd aktualnych interpretacji organów podatkowych**

- **Termin:** 18 wrzesień 2026r. (piątek), godz. 10.00-14.00
- **Miejsce:** szkolenie on-line
- **Cena:** 350,00 zł. (netto)

Opłata za szkolenie obejmuje: dostęp do platformy szkoleniowej w trakcie zajęć, autorskie materiały szkoleniowe przygotowane przez eksperta, imienne zaświadczenie ukończenia szkolenia, możliwość indywidualnych konsultacji z wykładowcą

UWAGA! Jeżeli szkolenie opłacane jest w 70% lub w całości ze środków publicznych – jest zwolnione z VAT

- **Wykładowca:** **Katarzyna Furmańczyk** – ekspert-praktyk, licencjonowany doradca podatkowy, doświadczony wykładowca z 20-letnim stażem, przeprowadziła dziesiątki szkoleń rocznie dla biur rachunkowych, przedsiębiorców, pracowników działów płac, a także dla pracowników organów skarbowych. Specjalizuje się w zagadnieniach z zakresu podatku dochodowego od osób fizycznych i prawnych. Posiada długoletnie doświadczenie w pracy w organach skarbowych – Izbie Skarbowej, gdzie nadzorowała pracę ponad 60 osób zajmując się tematyką z obszaru analiz, kontroli i postępowań podatkowych. Absolwentka Uniwersytetu Łódzkiego, w tym studiów podyplomowych prawa podatkowego, prawa Unii Europejskiej.

- **Program szkolenia** - w załączeniu

Zgłoszenia chętnych do udziału w szkoleniu przyjmujemy pod nr tel.(62) 591-86-68, 506-102-436, 533-183-929 **do dnia 16 września 2026r.**

Jednocześnie prosimy o wypełnienie i przesłanie kwestionariusza zgłoszeniowego znajdującego się na stronie internetowej www.ckk-szkolenia.pl w szczegółach szkolenia (po kliknięciu „czytaj więcej” przy danym szkoleniu).

Reklama, reprezentacja, sponsoring, prezenty dla pracowników i klientów w praktyce banków spółdzielczych Przegląd aktualnych interpretacji organów podatkowych

Opis szkolenia:

Zapraszamy Państwa na kompleksowe szkolenie dotyczące tematyki rozliczania wydatków na reklamę, reprezentację, sponsoring, upominki dla kontrahentów i pracowników banków spółdzielczych oraz ich skutków w kontekście podatkowym.

Koszty reprezentacji i reklamy są wydatkami, których zaliczenie lub nie do kosztów firmowych wzbudza wiele kontrowersji. Wywołane to jest faktem braku jednoznacznych przepisów w tym zakresie oraz częstymi zmianami prawa.

Banki spółdzielcze, działając jako spółdzielnie oraz instytucje zaufania publicznego, często ponoszą wydatki o charakterze wizerunkowym skierowane do lokalnej społeczności, członków spółdzielni (udziałowców) oraz samorządów. Wszelkie spotkania o charakterze integracyjnym z członkami czy walne zgromadzenia wymagają ostrożnego kwalifikowania – wydatki na obsługę organów spółdzielni czy statutową działalność samorządową bywają spornym elementem w relacji z fiskusem, jeśli przechodzą w czystą reprezentację.

Na szkoleniu przede wszystkim podpowiemy jak:

- prawidłowo rozliczyć wydatki na działalność reklamową, reprezentacyjną, promocyjną?
- jak rozróżnić reklamę od reprezentacji?
- jak dokładnie udokumentować wydatki (jakie dokumenty) i uzasadnić, aby uniknąć ryzyka podatkowego?
- wskażemy kluczowe aspekty w interpretacji ogólnej Ministerstwa Finansów, które należy wziąć pod uwagę klasyfikując koszty.

Niezależnie od tego, jak duże środki angażowane są przez podatnika w aktywności służące reklamie, reprezentacji i promocji, musi on dochowywać należytej staranności przy wyznaczaniu skutków podatkowych. Chodzi nie tylko o koszty podatkowe i dokonywane w celu ich właściwego rozliczenia rozróżnienie na reklamę i reprezentację, lecz także o podatek od towarów i usług.

Dlatego tak bardzo ważne jest śledzenie na bieżąco zmian w przepisach podatkowych dotyczących reklamy i reprezentacji oraz poznanie najnowszych interpretacji i orzecznictwa organów podatkowych.

Program szkolenia:

I. Reklama, reprezentacja, prezenty, upominki, w tym:

1. Zasady kwalifikowania wydatków jako kosztów reklamy lub reprezentacji - warunki zaliczenia do KUP:

a/ jak rozróżnić reprezentację od reklamy?

b/ jakie działania marketingowe mogą być zakwestionowane przez Urząd Skarbowy jako „reprezentacja”?

c/ czy wydatki na reklamę banku (spoty radiowe, ulotki, kampanie online) można w całości zaliczyć do KUP?

2. Wydatki na upominki i gadżety z logo banku a koszty podatkowe dla pracowników i klientów banku.
3. Jakie limity obowiązują przy wręczaniu prezentów klientom (np. kalendarze, długopisy, gadżety)?
a/ czy i kiedy należy sporządzić PIT dla klienta?
4. Prezenty okolicznościowe wręczane pracownikom, kontrahentom i współpracownikom banku:
a/ wyłączenie z kosztów podatkowych a przychód otrzymującego,
b/ czy prezent to darowizna, kiedy zakup prezentu może być KUP?

II. Szkolenia, konferencje, spotkania biznesowe, imprezy integracyjne:

1. Konferencje, szkolenia pracowników, zleceniobiorców i członków rad nadzorczych – KUP a przychód uczestnika,
a/ czy konieczne jest posiadanie programu szkolenia, aby uznać wyjazd za koszt?
2. Imprezy integracyjne, spotkania okolicznościowe – źródło finansowania:
a/ udział pracowników i osób niebędących pracownikami,
3. Zakup odzieży służbowej dla pracowników banku - możliwość zaliczenia do KUP a przychód pracownika.

III. Konkurs, sprzedaż premiowa, program lojalnościowy:

1. Definicja konkursu, sprzedaży premiowej w interpretacjach organów podatkowych.
2. Konkursy, programy motywacyjne a koszty podatkowe.
3. Konkurs zorganizowany dla pracowników – obowiązki podatkowo-składkowe.
4. Wygrana w konkursie, sprzedaż premiowa – stawka podatku ryczałtowego, możliwość zwolnienia z PIT.

IV. Sponsoring:

1. Umowa sponsoringu. Sponsoring właściwy i niewłaściwy – skutki podatkowe dla sponsora i sponsorowanego.
2. Wydatki na sponsoring w kosztach podatkowych:
a/ czy i kiedy dofinansowanie sponsorowanego będzie uznane za KUP?
b/ jakie dokumenty musi posiadać sponsor?
3. Środki pieniężne przekazane sponsorowanemu a przychód w PIT.
4. Brak wzajemności świadczeń a skutki podatkowe. Czy bank jako fundator nagrody w zawodach sportowych może jej zakup zaliczyć do KUP?
5. Czy bank może zaliczyć do KUP wydatki na sponsorowanie lokalnych wydarzeń?

V. Darowizna – skutki w podatku SD otrzymania prezentów i upominków:

1. Podmiot opodatkowania – na kim ciąży obowiązek zgłoszenia darowizny do opodatkowania?

2. Zwolnienia podmiotowe i przedmiotowe – jakie darowizny nie podlegają podatkowi? ochrona sytuacji majątkowej najbliższej rodziny.

3. Chwila powstania obowiązku podatkowego – złożenie oświadczenia a spełnienie świadczenia.

VI. Najczęściej pojawiające się zapytania w kwestii omawianej tematyki:

1. Czy istnieje różnica podatkowa między reklamą a reprezentacją? Jak ją rozróżnić?

2. Jakie działania marketingowe mogą być zakwestionowane przez urząd Skarbowy jako „reprezentacja”?

3. Czy bank może zaliczyć do KUP wydatki na sponsorowanie lokalnych wydarzeń?

4. Czy wydatki na reklamę banku (spoty radiowe, ulotki, kampanie online) można w całości zaliczyć do KUP?

5. Jakie limity obowiązują przy wręczaniu prezentów klientom (np. kalendarze, długopisy, gadżety)?

6. Czy można odliczyć VAT od prezentów dla klientów? Czy zależy to od wartości?

7. Jakie warunki muszą być spełnione, aby uznać prezenty za KUP?

8. Czy wydatki na szkolenia integracyjne dla pracowników są kosztem podatkowym (np. wyjazdy, noclegi, wyżywienie)?

9. Czy konieczne jest posiadanie programu szkolenia, aby uznać wyjazd za koszt?

10. Czy udział osób trzecich (np. rodzin pracowników, kontrahentów) wpływa na rozliczenie podatkowe takiego wydarzenia?

11. Jakie elementy wydatków marketingowych mogą nie być KUP?

12. Jakie dokumenty musimy posiadać, aby bezpiecznie rozliczyć wydatki promocyjne i szkoleniowe?

13. Jak interpretować art. 16 ust. 1 pkt 28 ustawy o CIT (dot. Reprezentacji)?

VII. Sesja pytań i odpowiedzi – konsultacje z wykładowcą.