

Аннотация рабочей программы дисциплины «АНДЕРРАЙТИНГ КОНТРАГЕНТОВ»

Целью освоения дисциплины «Андеррайтинг контрагентов» является формирование у обучающихся теоретических знаний о содержании и методике проведения мониторинга контрагентов экономического субъекта и выработке навыков оценки их надежности и добросовестности с целью эффективного управления финансовыми и налоговыми рисками, возникающими при структурировании бизнеса, организации сделок и выборе контрагента.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о правовых основаниях, источниках получения и методике оценки информации в процессе изучения контрагентов;
- формирование умений оценивать и выбирать методику для проверки контрагентов в рамках типовых процедур;
- формирование практических навыков оценки потенциальных контрагентов экономического субъекта на основе методов мониторинга контрагентов и сопровождения сделок в целях получения данных о степени добросовестности партнера.

Темы. Основные вопросы:

Тема 1. Андеррайтинг контрагентов как элемент системы обеспечения финансовой безопасности экономического субъекта

1. Понятие и цель андеррайтинга контрагентов.
2. Роль и место андеррайтинга в системе финансовой безопасности организации
3. Правовые основы андеррайтинга контрагентов
4. Типы компаний, преследующих противоправные цели
5. Классификация методов проверки контрагента
6. Потенциальные риски экономического субъекта, связанные с деятельностью контрагента

Тема 2. Оценка контрагента с позиции налоговых рисков

1. Критерии необоснованной налоговой выгоды. Стандарты должной и коммерческой осмотрительности при взаимоотношениях с контрагентами.
2. Признаки, подтверждающие наличие риска от ожидаемого сотрудничества с исследуемым контрагентом. Повышающие данные риск обстоятельства.
3. Требования ФНС РФ к оценке и выбору контрагента.
4. Оценка налоговых рисков в случае непроявления должной коммерческой осмотрительности
5. Роль и значение налогового комплаенса в снижении налоговых рисков.
6. Налоговая реконструкция в условиях действия ст. 54.1 НК РФ

Тема 3. Внутренняя регламентация договорной работы и процедуры проверки контрагента.

1. Содержание и особенности составления положения о проверке контрагентов организации
2. Формирование матрицы проверки организации в зависимости от суммы сделки, предоплаты и иных условий. Критерии оценки надежности контрагентов.
3. Отчетные документы, подтверждающие выбор «непроблемного» контрагента.
4. Бизнес-справка на контрагента как мгновенный и всесторонний результат проверки и выбора контрагента и подтверждения реальности сделки.
5. Составление рейтингов надежности партнеров

Тема 4. Организация проверки надежности и добросовестности контрагента

1. Методика сбора информации о контрагентах.
2. Объекты и предметы при изучении сведений о контрагенте в интересах предупреждения рисков бизнес-партнерства и других рисков.
3. Процедура Дью Дилидженс в разрезе основных бизнес-процессов организации.
4. Методика анализа собранных сведений о контрагенте.

5. Анализ безопасности коммерческих предложений и договоров.

Тема 5. Источники получения информации о контрагентах

1. Классификация информации о контрагенте, полученной из внешних открытых источников
2. Получение официальной информации из государственных информационных ресурсов.
3. Способы получения неофициальной информации о контрагенте. Специализированные ресурсы по отраслям бизнеса и территориям.
4. Анализ учредительных документов организации с позиции безопасности. Анализ атрибутов и фирменного стиля
5. Сбор сведений о контрагентах оперативными методами.
6. Особенности получения информации по иностранным контрагентам и контрагентам – физическим лицам.
7. Автоматизированные информационные системы и сервисы для проверки информации о контрагентах.
8. Международные информационные ресурсы для сбора и анализа информации по зарубежным контрагентам.

Тема 6. Финансовая диагностика контрагентов для подтверждения коммерческой осмотрительности

1. Состав обязательного пакета финансовых документов по контрагенту. Источники получения достоверной бухгалтерской отчетности.
2. Показатели, наиболее реально оценивающие финансовое состояние контрагента. Индикаторы несостоятельности партнера.
3. Методика выполнения оценочных процедур.
4. Рейтинговая оценка надежности контрагента.
5. Двухфакторная скоринговая модель оценки финансовой надежности партнера. Карта платежеспособности контрагентов.
6. Обзор основных информационных ресурсов для анализа и оценки финансовой деятельности контрагента.

Объем дисциплины – 3 з. е.

Форма промежуточного контроля – зачет.