4. Marketing-kontrola i revizija u banci

Marketing-kontrola i revizija u banci, s obzirom da obuhvata vrhovnu upravljačku funkciju, treba da obuhvate sve faze procesa rada, polazeći od utvrđenih standarda, tako da se obezbeđuje tekuće povrtatne informacije obavljanja poslovanja: poslovnih indikatora i odnosa, depozitnih izveštaja, kreditnih izveštaja, izveštaja o prihodima i profitu, analiza ostvarenja plana, bilansa banke, itd.[209]

Polazimo od stava da odlučivanje o finansijskoj funkciji preduzetnika ima implikacije i na sistem odlučivanja poslovne banke.

Menidžment banke, stoga, treba da spozna sistem odlučivanja o finansijskoj funkcije preduzetnika kako bi mogao da ima uvid u implikacije odluka na marketing funkciju preduzetnika.

U tom smislu problematizirati će se dva osnovna područja, i to odnos između finansijske i marketing funkcije preduzetnika, te izbor optimalne odluke u funkciji maksimiranja dobiti preduzetnika.

Analiza i revizija poslovanja banke, kao i analiza i revizija poslovanja klijenata banke, spada u jedno od najznačajnijih aktivnosti menidžmenta banke, što neće biti predmetom ove knjige, osim što su prethodno prikazante metode analize.[210]