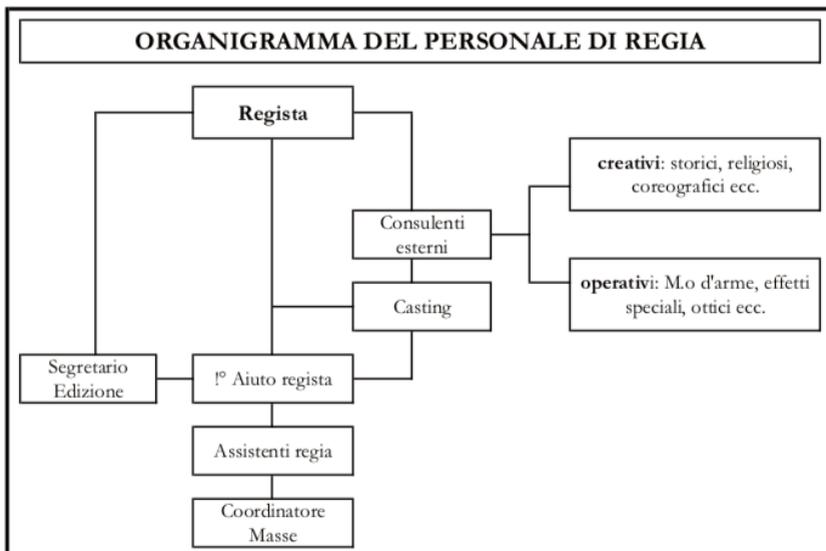
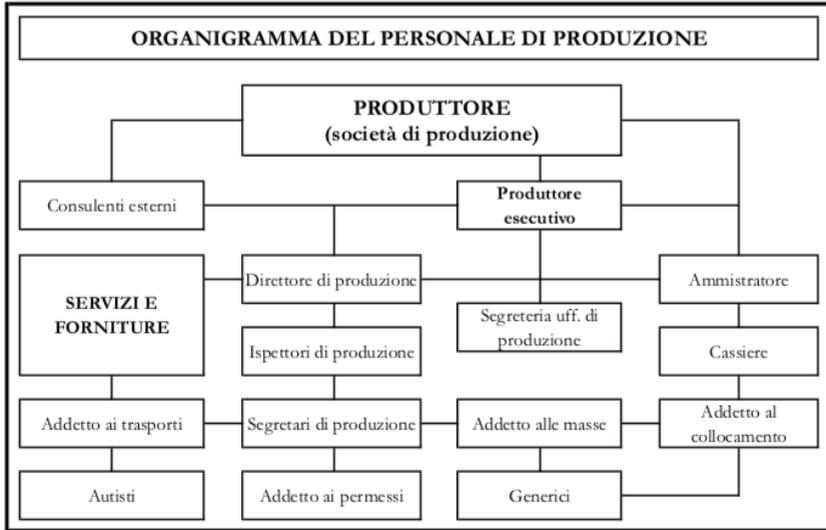
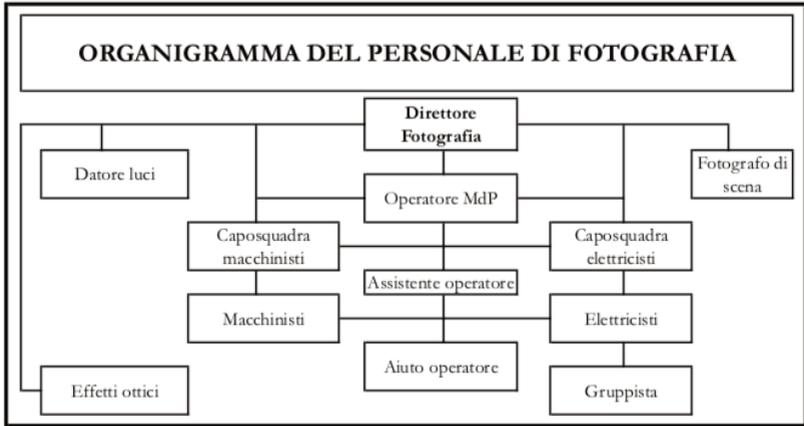


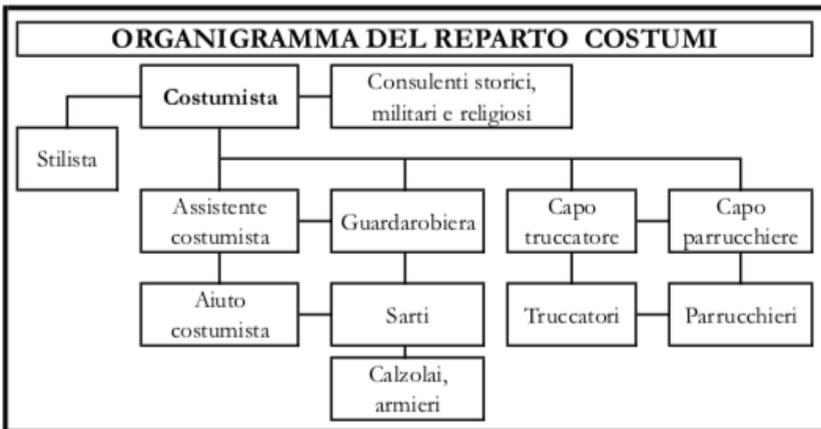
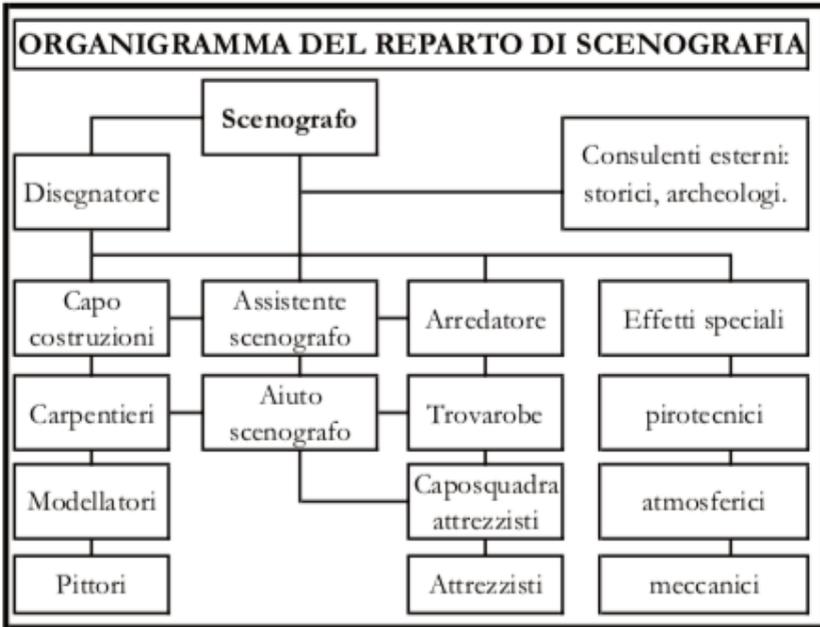


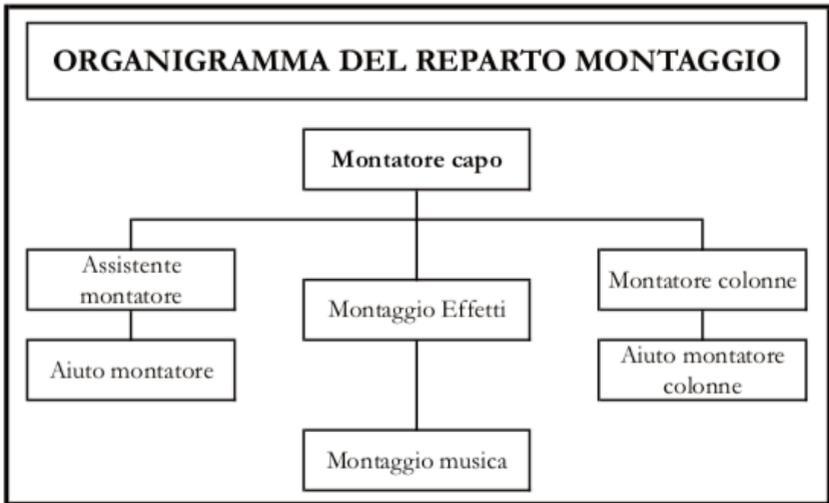
L'organizzazione del lavoro audiovisivo segue abbastanza rigidamente la dinamica tipica della produzione industriale ed è, cioè, gerarchicamente modulata.

Di seguito la serie di organigrammi relativi ai vari reparti impiegati durante la produzione.









L'assetto gerarchico comporta evidentemente anche una gerarchia dei limiti che riguardano l'autonomia decisionale per l'allocazione delle risorse economico-finanziarie, così come di seguito illustrato:

| GESTIONE FINANZIARIA, AMMINISTRATIVA E CONTABILE |                  |   |                          |                          |                          |
|--|------------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Autonomia  | Limiti           |   | Approvazione             |                          | Erogazione               |
|  | d'impresa        | 1 | Produttore               | Controllo                |                          |
|  | di budget        | 2 | Prod.re esec.vo          | Prod.re esec.vo          |                          |
|  | d'operazione     | 3 | Ammin.re soc. o film     | Ammin.re soc. o film     | Ammin.re soc. o film     |
|  | di settore       | 4 | Dir. di prod.ne          | Dir. di prod.ne          | Dir. di prod.ne          |
|  | di coordinamento | 5 | Isp.ri di prod./cassiere | Isp.ri di prod./cassiere | Isp.ri di prod./cassiere |
| di funzionamento                                 | 6                |   | Segretari di prod.ne     | Segretari di prod.ne     |                          |
|  |                  |   |                          | Cassiere                 |                          |

1 riguardano la decisione dell'investimento e sono collegati alla possibilità di modificare il budget  
 2 riguardano la gestione interna del budget e, dunque, la possibilità di cambiare le relazioni tra le voci di costo  
 3 riguardano soprattutto le modalità dei pagamenti e sono collegate alla gestione amministrativa della società o del film  
 4 riguardano la possibilità di gestire in modo abbastanza autonomo singole voci di spesa all'interno del budget assegnato  
 5 riguardano la possibilità di autorizzare e controllare piccole spese o di gestirne la contabilizzazione (fondi cassa dei reparti)  
 6 riguardano il controllo di piccole spese (fondi cassa generici)

Per quello che riguarda l'organizzazione e la distribuzione del lavoro di un'azienda cinematografica dobbiamo rifarci alla struttura che l'azienda dovrebbe articolare al suo interno.

| <b>AREE FUNZIONALI DELL'AZIENDA CINEMATOGRAFICA</b>                   |  |   |   |  |   |  |  |
|---|--|---|---|--|---|--|--|
| <b>Cratteristiche</b>   |  |   |   | <b>Integrative</b>                                     |   | <b>Informazione e controllo</b>  |  |
| Ricerca e sviluppo  | Marketing  | Approvvigionamenti  | Produzione  | Organizzazione e gestione del personale                | Finanziamento   | Pianificazione Programmazione e controllo  | Sistema informativo  |
| migliora i processi produttivi e la conoscenza delle nuove tecnologie | individua la relazione tra impresa e mercati di sbocco | reperisce i fattori produttivi necessari allo svolgimento dell'attività | trasforma i fattori produttivi in prodotti finiti | si occupa della scelta e dell'assunzione del personale | si occupa del reperimento delle risorse finanziarie e della loro migliore allocazione | fissa gli obiettivi aziendali da perseguire, predispone i mezzi necessari e rende possibile il controllo dell'attività | fornisce le informazioni utili alla gestione e rende possibile la comunicazione esterna delle informazioni |
| <b>attività aziendale rivolta alle singole produzioni</b>             |  |   |   |  |   | attività aziendale continuativa  |  |
| fasi di pianificazione  | fasi di pre-marketig e lancio                          | fasi di pianificazione e preparazione                                   | intero ciclo produttivo                           | fasi di pianificazione e preparazione                  | fasi di pianificazione, pre-marketing e preparazione                                  |  |  |