

# Indice

<i>Introduzione</i>	<i>pag.</i> XI
---------------------	-------------------

## PARTE 1 CORPORATE RESTRUCTURING IN UN CONTESTO ISLAMICO

### CAPITOLO 1 ISLAMIC FINANCE E CORPORATE RESTRUCUTRING. ELEMENTI INTRODUTTIVI

1. Obiettivo	3
2. Elementi distintivi dell'islamic finance. Cenni	4
3. Equity based contracts	6
3.1. Strumenti finanziari basati sulla partnership – Musharaka	6
3.2. Strumenti finanziari basati sul profit sharing – Mudaraba	7
3.3. Strumenti finanziari di agenzia – Wakala	8
4. Sale based contracts	8
4.1. Strumenti finanziari di credi sale – Murabaha	9
4.2. Strumenti finanziari di manufacturing sale – Istisna	10
4.3. Strumenti finanziari di forward sale – Salam	10
4.4. Strumenti finanziari di lease – Ijara	10
5. Debt based contracts	11
5.1. Strumenti finanziari di loan – Qard	11
5.2. Strumenti finanziari di loan – Amanah e Wadia	12
6. Other type of contracts	12
6.1. Strumenti di cooperative financing – Takaful	12
7. Islamic finance e corporate restructuring	13
8. Riepilogo	13

CAPITOLO 2  
DEFINIZIONE DEL PROBLEMA E METODOLOGIA DI STUDIO

1.	Obiettivo	15
2.	Problema e contesto specifico della ricerca	15
	2.1. Global MIKE award	15
	2.2. MIKE award ed esperienza iraniana	17
3.	Metodologia della ricerca	17
4.	Riepilogo	18

CAPITOLO 3  
CASO AZIENDALE

1.	Obiettivo	19
2.	Contesto specifico e problema aziendale	20
	2.1. Contesto e analisi PESTEL	20
	2.2. Contesto competitivo specifico	21
	2.3. Azienda oggetto di studio e problema di corporate restructuring	21
3.	Piano aziendale. Dimensione contenutistico-documentale (estratto)	23
	3.1. Mission, vision e strategia	23
	3.2. Creare e sostenere la leadership e il supporto manageriale per la gestione della conoscenza	26
	3.3. Stabilire una cultura aziendale della conoscenza	27
	3.4. Creare e sostenere un ambiente di condivisione della conoscenza	28
	3.5. Sviluppo e offerta di beni e servizi basati sulla conoscenza	29
	3.6. Massimizzare il capitale intellettuale dell'organizzazione	30
	3.7. Creare e sostenere una cultura aziendale di apprendimento continuo	31
	3.8. Gestire la conoscenza del cliente per incrementare la sua fedeltà e il suo valore	32
	3.9. Gestire la conoscenza per generare valore per gli shareholder	33
4.	Piano aziendale. Dimensione processuale-comunicativa (estratto)	34
5.	Valutazione della qualità dei dati e delle assunzioni	35

PARTE 2  
CORPORATE RESTRUCTURING,  
PIANI DI RISANAMENTO E LORO VALUTAZIONE

CAPITOLO 4  
PIANO DI RISTRUTTURAZIONE

1.	Obiettivo	39
2.	Piano di ristrutturazione. Tra dimensione contenutistico-documentale e processuale	40
	2.1. Piano di ristrutturazione come documento. Focus sulla dimensione contenutistica	40
	2.2. Piano di ristrutturazione come processo. Focus sulla dimensione processuale	42
	2.3. Piano di ristrutturazione. Verso una dimensione di sintesi	43
3.	Focus sui contenuti tradizionali di un business plan	45
	3.1. Executive summary	47
	3.2. Presentazione dell'azienda	48
	3.3. Management team	49
	3.4. Vision, mission e strategia	51
	3.5. Proposta di valore	53
	3.6. Ambiente	54
	3.7. Organizzazione e sistema dei processi	57
	3.8. Risorse	59
	3.9. Risultati economico-finanziari	61
4.	Focus sulle azioni di ristrutturazione	62
5.	Focus sul processo comunicazionale	65
	5.1. Piano di ristrutturazione tra retorica ed argomentazione	65
	5.2. Piano di ristrutturazione tra retorica, stile e rappresentazione visuale	67
	5.3. Piano di ristrutturazione tra retorica e situazione comunicazionale	68
6.	Piani di ristrutturazione e islamic finance	68
7.	Riepilogo	68

CAPITOLO 5  
INTRODUZIONE ALLA VALUTAZIONE  
DEI PIANI DI RISTRUTTURAZIONE

1.	Obiettivo	71
2.	Valutare i piani di ristrutturazione in una prospettiva economico-aziendale	72
	2.1. Approcci tradizionali alla programmazione	72
	2.2. Beyond budgeting	74
3.	Verso una prospettiva di sintesi tra dimensione tradizionale e approcci innovativi	75
4.	Riepilogo	76

CAPITOLO 6  
VALUTARE LA QUALITÀ DEI DATI DI PIANO

1.	Obiettivo	79
2.	Valutare i dati del piano. Uno schema di riferimento	79
3.	Valutare la completezza dei dati di piano	81
4.	Valutare l'affidabilità dei dati di piano	83
5.	Riepilogo	89

CAPITOLO 7  
VALUTARE LE ASSUNZIONI ALLA BASE DEL PIANO

1.	Obiettivo	91
2.	Valutare le assunzioni del piano. Uno schema di riferimento	91
3.	Valutare le assunzioni in termini di azioni del piano	93
4.	Valutare le assunzioni in termini di ipotesi del piano. Uno schema di riferimento	96
5.	Approcci <i>judgmental</i> per la valutazione delle assunzioni alla base del piano	97
	5.1. Role playing	97
	5.2. Metodo Delphi	98
	5.3. Focus group	99
	5.4. Opinioni degli esperti	101
	5.5. Intentions	101
6.	Approcci <i>statistical</i> per la valutazione delle assunzioni alla base del piano	102

	<i>pag.</i>
6.1. Analisi delle serie temporali	102
6.2. Analisi multivariate	104
7. Riepilogo	107

### PARTE 3

## APPROFONDIMENTO DEI PROFILI TEORICI INTERNAZIONALI E NAZIONALI

### CAPITOLO 8

#### CORPORATE RESTRUCTURING. IL TEMA DELLO STRATEGIC MISFIT

1. Obiettivo	111
2. Aspetti introduttivi e definitivi	112
3. Intensità dello strategic misfit	114
3.1. Perché. Il problema imprenditoriale	115
3.2. Cosa. Il problema tecnologico	118
3.3. Come. Il problema organizzativo	119
3.4. Chi. Il problema relazionale	121
4. Approcci dinamici allo strategic misfit	122
5. Analisi e valutazione dello strategic misfit	123
5.1. Analizzare l'intensità dello strategic misfit. Il ruolo del benchmarking	123
5.2. Analizzare la dinamica dello strategic misfit. Il ruolo del foresight	124
6. Modelli e cause di fit/misfit	126
6.1. Approfondimento sulle risorse intangibili	130
7. Verso la definizione di una proposta processuale di analisi del fit/misfit	131
8. Strategic (mis)fit e islamic finance	133
9. Riepilogo	134

### CAPITOLO 9

#### CORPORATE RESTRUCTURING. SPUNTI DALLA TRADIZIONE ECONOMICO-AZIENDALE

1. Obiettivo	137
--------------	-----

	<i>pag.</i>
2. Dimensione di strategic fit all'interno della letteratura economico aziendale. Tra sistema aziendale e condizioni di equilibrio	138
2.1. Lo Strategic fit del sistema aziendale	138
2.2. Lo strategic fit e le condizioni di equilibrio economico, patrimoniale e finanziario	141
3. Prospettive dinamiche della dimensione di strategic fit nella letteratura economico-aziendale	143
3.1. Dimensione storico-composita e dinamico-unitaria del concetto di strategic fit	143
3.2. Dimensione attuale o potenziale del concetto di strategic fit e collegamento con il concetto di capitale economico	145
3.3. Strategic fit, capitale economico e risorse intangibili	147
4. Strategic fit e strategic misfit. Il tema della crisi aziendale in economia aziendale	148
5. Riepilogo	150

## PARTE 4 CONCLUSIONI

### CAPITOLO 10 CONCLUSIONE

1. Obiettivo	155
2. Riepilogo dei principali risultati raggiunti	155
3. Limitazioni e opportunità di sviluppo futuro	157

<i>Dizionario</i>	159
-------------------	-----

<i>Bibliografia</i>	163
---------------------	-----