

# INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	1
PARTE 1	
INTRODUZIONE ALLA ISLAMIC FINANCE	
CAPITOLO 1	
ISLAMIC FINANCE E CORPORATE RESTRUCUTRING. ELEMENTI INTRODUTTIVI	11
1. Obiettivo	11
2. Elementi distintivi dell'islamic finance. Cenni	12
3. Equity based contracts	14
3.1. Strumenti finanziari basati sulla partnership – Musharaka	14
3.2. Strumenti finanziari basati sul profit sharing – Mudaraba	15
3.3. Strumenti finanziari di agenzia – Wakala	16
4. Sale based contracts	16
4.1. Strumenti finanziari di credi sale – Murabaha	17
4.2. Strumenti finanziari di manufacturing sale – Istisna	18
4.3. Strumenti finanziari di forward sale – Salam	18
4.4. Strumenti finanziari di lease – Ijara	18
5. Debt based contracts	19
5.1. Strumenti finanziari di loan without benefit – Qard	19
5.2. Strumenti finanziari di loan without benefit – Amanah e Wadia	20
6. Other type of contracts	20
6.1 Strumenti di cooperative financing – Takaful	20
7. Islamic finance e corporate restructuring	21
8. Riepilogo	21

## PARTE 2

## STRATEGIC MISFIT E PIANI DI RISTRUTTURAZIONE

## CAPITOLO 2

## STRATEGIC MISFIT E CORPORATE RESTRUCTURING 25

1.	Obiettivo	25
2.	Aspetti introduttivi e definitivi	26
3.	Intensità dello strategic misfit	28
3.1.	Perché. Il problema imprenditoriale	29
3.2.	Cosa. Il problema tecnologico	31
3.3.	Come. Il problema organizzativo	32
3.4.	Chi. Il problema relazionale	34
4.	Approcci dinamici allo strategic misfit	35
5.	Analisi e valutazione dello strategic misfit	36
5.1.	Analizzare l'intensità dello strategic misfit. Il ruolo del benchmarking	36
5.2.	Analizzare la dinamica dello strategic misfit. Il ruolo del foresight	38
6.	Modelli e cause di fit/misfit	39
7.	Verso la definizione di una proposta processuale di analisi del fit/misfit	44
8.	Strategic (mis)fit e islamic finance	46
9.	Riepilogo	48

## CAPITOLO 3

## PIANO DI RISTRUTTURAZIONE 51

1.	Obiettivo	51
2.	Piano di ristrutturazione. Tra dimensione contenutistico-documentale e processuale	52
2.1.	Piano di ristrutturazione come documento. Focus sulla dimensione contenutistica	52
2.2.	Piano di ristrutturazione come processo. Focus sulla dimensione processuale	54
2.3.	Piano di ristrutturazione. Verso una dimensione di sintesi	55
3.	Focus sui contenuti tradizionali di un business plan	56
3.1.	Executive summary	59

	<i>pag.</i>
3.2. Presentazione dell'azienda	60
3.3. Management team	61
3.4. Vision, mission e strategia	62
3.5. Proposta di valore	64
3.6. Ambiente	65
3.7. Organizzazione e sistema dei processi	69
3.8. Risorse	70
3.9. Risultati economico-finanziari	72
4. Focus sulle azioni di ristrutturazione	73
5. Focus sul processo comunicazionale	75
5.1. Piano di ristrutturazione tra retorica ed argomentazione	76
5.2. Piano di ristrutturazione tra retorica, stile e rappresentazione visuale	77
5.3. Piano di ristrutturazione tra retorica e situazione comunicazionale	78
6. Piani di ristrutturazione e islamic finance	79
7. Riepilogo	79

### PARTE 3

## VALUTARE I PIANI DI RISTRUTTURAZIONE

### CAPITOLO 4

#### INTRODUZIONE ALLA VALUTAZIONE DEI PIANI DI RISTRUTTURAZIONE

1. Obiettivo	83
2. Valutare i piani di ristrutturazione in una prospettiva economico-aziendale	84
2.1. Approcci tradizionali alla programmazione	84
2.2. Beyond budgeting	86
3. Verso una prospettiva di sintesi tra dimensione tradizionale e approcci innovativi	87
4. Riepilogo	88

### CAPITOLO 5

#### VALUTARE LA QUALITÀ DEI DATI DI PIANO

1. Obiettivo	91
--------------	----

	<i>pag.</i>
2. Valutare i dati del piano. Uno schema di riferimento	91
3. Valutare la completezza dei dati di piano	93
4. Valutare l'affidabilità dei dati di piano	95
5. Riepilogo	101

## CAPITOLO 6

VALUTARE LE ASSUNZIONI ALLA BASE DEL PIANO	103
1. Obiettivo	103
2. Valutare le assunzioni del piano. Uno schema di riferimento	103
3. Valutare le assunzioni in termini di azioni del piano	104
4. Valutare le assunzioni in termini di ipotesi del piano. Uno schema di riferimento	108
5. Approcci judgmental per la valutazione delle assunzioni alla base del piano	109
5.1. Role playing	109
5.2. Metodo Delphi	110
5.3. Focus group	111
5.4. Opinioni degli esperti	112
5.5. Intentions	113
6. Approcci statistical per la valutazione delle assunzioni alla base del piano	114
6.1 Analisi delle serie temporali	114
6.2 Analisi multivariate	116
7. Riepilogo	119

## PARTE 4

## CASO AZIENDALE. CORPORATE RESTRUCTURING DI UNA BANCA ISLAMICA

## CAPITOLO 7

CONTESTO E METODOLOGIA	123
1. Obiettivo	123
2. Contesto specifico della ricerca	123
2.1. Global MIKE award	123
2.2. MIKE award ed esperienza iraniana	124

	<i>pag.</i>
3. Metodologia della ricerca	125
4. Riepilogo	126
CAPITOLO 8	
CASO AZIENDALE	127
1. Obiettivo	127
2. Contesto specifico e strategic (mis)fit aziendale	128
2.1. Contesto e analisi PESTEL	128
2.2. Contesto competitivo specifico	129
2.3. Azienda oggetto di studio e strategic misfit	129
3. Piano aziendale. Dimensione contenutistico-documentale (estratto)	131
3.1. Mission, vision e strategia	131
3.2. Creare e sostenere la leadership e il supporto manageriale per la gestione della conoscenza	134
3.3. Stabilire una cultura aziendale della conoscenza	135
3.4. Creare e sostenere un ambiente di condivisione della conoscenza	136
3.5. Sviluppo e offerta di beni e servizi basati sulla conoscenza	137
3.6. Massimizzare il capitale intellettuale dell'organizzazione	138
3.7. Creare e sostenere una cultura aziendale di apprendimento continuo	139
3.8. Gestire la conoscenza del cliente per incrementare la sua fedeltà e il suo valore	140
3.9. Gestire la conoscenza per generare valore per gli shareholder	141
4. Piano aziendale. Dimensione processuale-comunicativa (estratto)	142
5. Valutazione della qualità dei dati e delle assunzioni	143
PARTE 5	
CONCLUSIONI	
CAPITOLO 9	
CONCLUSIONE	147
<i>Dizionario</i>	151
<i>Bibliografia</i>	155

