Материал является частью базы данных «Стандарт компетенций», разработан в
ФГБОУ ВО Тюменский государственный медицинский университет

Категория «**Компетенции функциональные**»

Модель компетенций субъекта деятельности (в логике занимаемой позиции в деятельности/проекте) составляется из базы данных «Стандарт компетенций» (частей компетенций): К. субъектные, К. надфункциональные, К. развития. Метод составления моделей компетенций применим для субъекта – участника проекта /деятельности в любой позиции в любом виде деятельности/проекте. Компоненты компетенций и результаты (индикаторы) достижения компетенций могут применяться выборочно, чем ниже должностная позиция, тем больше технического компонента в модели компетенций

Позиция субъекта деятельности /проекта: **Предприниматель**

|  |  |
| --- | --- |
| **Структурные компоненты компетенции** | **Результаты(индикаторы) достижения компетенции** |
| Генерация бизнеса и социальных инициатив | способен к видению бизнес-возможностей и бизнес-идей |
| способен к формулированию запроса и преобразованию его в целевой заказ |
| способен к конструированию продукта и ценностного предложения |
| способен к описанию системы разделения труда, формированию позиций деятельности |
| Разработка бизнес-схемы | способен разрабатывать бизнес-проект |
| способен разрабатывать бизнес-модели под разные предметы заказа |
| способен находить и привлекать ресурсы для реализации бизнес-проекта |
| способен создавать бренд |
| Управление бизнес-процессом | способен к коммуникации с партнерами для реализации инновационного бизнес-проекта |
| способен к разработке организационных форм взаимодействия с разными заказчиками |
| способен к созданию целевого партнерского взаимодействия |
| способен к экспертной оценке жизнеспособности и реализуемости бизнес-проекта на основе расчета показателей эффективности и риска |
| Продвижение на рынок (маркетинг) | способен превращать потребности людей и организаций в потребительский спрос |
| способен поддерживать спрос на инновационный продукт |
| способен развивать бренд (разработка и внедрение новых линий продукта) |
| способен обеспечить клиентцентрированный подход (качество продукта, качество обслуживания и поддержки заказчика) |