

我们创造这个社团的意义是参加XLP的意义是开发他们的潜力，建立长久的友谊。目的在于提供一个社群结构的指引图，让所有的成员有一份引以为豪的体验，促进相互信任，这个末班仅仅是一个指引，每一届都 不同，希望大家可以在末班之上，有所创新。

依照社群画布罗列，结合xlp实际进行修改。

将学生手册框架分为三大部分，17个 小点。

===PART 1 身份===

**第一部分：身份（简介）**

所有出色的社区都有人份的认同，是由他们的共同经历共同奋斗的目标所形成的。团体成员身份都有认同感，所有优越社群得到认同感。

Xlp集体身份认同感，推动这一过程得到发展。（清华人员的认同感）

**1.1 目标 why**

为什么这个社群要存在？

社群的目标是造成什么影响，内在目标、外在目标，创造什么价值，长期有益的影响。建议宣传标语加入：例如为祖国健康工作五十年，领跑者等。借用mem的官方介绍。

**1.2 成员身份 who**

这个社群为谁设立？

共同特征，描述自己的成员，社群提供特别的服务。Xlp的成员，突破自我，跨学科学习。社群赋予成员身份价值，通过协同工作等特别服务 ，建立身份认同感。Xlp是为了成员成立的。经历的相似相同的经历。所有人的不同背景，分属不同的领域和行业，具备不同的人生经验，xlp希望为所有的成员提供共同成长的体验，在后期的工作学习中长期受益。

**1.3 价值观 what**

作为一个社群，什么最重要？

如何希望成员相互对待，价值是帮助社群达到目的，社群会促进我们有哪些积极向上的发展，对内对外宣传。

通过作业布置，xlp给你认同感，介绍清华文化，清华精神，通过学习，达到清华研究生的能力标准。让求知成为一种生活习惯——邱勇研究生开幕式讲话。

**1.4 成功定义**

社群怎么定义成功？

在社群里面达到什么状态认同自己，做社群希望本身成功是为了运用wiki等工具的能力，进行版本迭代，并最终培养计算思维。测量活动，通过协同方式，根据最终的成品评判最后的成果。定义kpi，版本迭代体现团队合作紧密度，另一方面输出数据工作流。

**1.5 品牌**

社群对外怎么表达自己？

我们这个社群采用什么语言、物品、视觉加强社群识别度 。品牌商标如何 反应自身价值，如何将品牌价值凸显。跨学科综合极限 学习，培养成员的识别度——如何凸显自己和

专业性和特殊性，凸显社群特点。

===PART 2 体验===

**第二部分：体验**

成员的角度看待体验感，事情是如何转变认同感、创造什么样的价值。

通过什么活动、使用工具等内容，共同进行编排，转变为社群认同的一部分，创造什么价值？

**2.1 选入**

成员怎样选入一个社群？

识别这个社群成员，社群多大的渴望度进行扩展。

成员准入？识别成员？

参加考试统考，入学面试等环节选拨进入清华mem，进入mem的成员有资格参与xlp。清华mem已成功毕业人数多少人，输送多少人。希望mem在xlp项目下得到成长和进步。申请、转借等。成员在开学前参加xlp项目。

**2.2 共享的体验**

成员在社群中共享的体验是什么？

社群里面的共同体验与总体目标有关联指出，特殊体验重要，如何组织的，所有安排直接下达命令，由自我发起共同体验。

Xlp发布的协同工作任务，另一方面通过xlp制定的学习指引和目标，自主制定目标和计划，社群指令的直接下达，由下至上的发起。涉及共同体验的同时，考虑多样性，xlp提供知识共享、技能提升的体验。共同设计产品到编订、递交，产品更迭，按照体验的时间顺序。

**2.3 仪式**

定期开展什么仪式形成了怎样的传统？

通过什么样的仪式，连接成员？什么样的仪式代表社群价值观，达到特定里程碑，线上线下有什么分别的仪式？

以小组为单位协同工作，强压下出高品质产品，每天通过wiki、git定时更新个人主页、学习报告，对产品进行迭代，晨间汇报，终极汇演，当天视频汇报。通过传统仪式，技术和思维传统仪式，传递xlp价值观。

**2.4 内容**

社群能输出怎样的内容？

什么样的内容为社群创造价值？社群如何将成员的故事传达出去？什么样的内容让成员紧密相连？

个人主页，小组展示，成员体验，内容价值，内容在社群 内部的传播渠道队不同成员的带来不同的价值。让成员从其他那里获取认可度，成员之间的亲密度，如何加强社群内部的紧密度。社群设置带来自豪感。

四天的工作内容罗列。

**2.5 规章制度**

社群的规章制度是什么？

希望每个成员能带来什么？每个成员从社群得到什么？什么是越界行为？成员之间互动规则是什么？有成员不遵守规则怎么办，如何处理？什么组织可以处理、解决这些规则和问题？

管理冲突，如何处理？什么是活跃？对社群的评价，活跃成员。成员的责任是什么？至少要完成什么工作才能留在社群。礼仪方面，互动规则。责任和问责制。社群成员之间相待。

参照宪章执行。

**2.6 角色**

成员在社群中都扮演哪些角色？

为什么有不同的角色，不同的要求，期待值和要求。

每个角色的责任和义务，例如，班长的职责，班委的责任，普通成员的责任。然后角色的转变等。社群的继承精神，传承下去。

**2.7 淡出**

成员们怎样淡出社群？

参考研究生手册。成员在社群里面身份永久有的，离开后是否有校友会或者互助会，拓展进一步的发展。违反规定、开出学籍等问题，将自动准出。社团如何处理不活跃成员？

**===PART 3 结构===**

**第三部分：结构**

社群运作操作性元素，是什么促使社群发展有稳定性和运作。

均分数个小组，遴选小组长。

**3.1 组织结构**

运营社群的组织结构？

谁运营这个社群，负责组织领导团队，领导的优势和好处。谁负责聘用社群的管理者和运营者；社群的法律载体。领导的任期。福利和好处。象征性的表达感谢，帮助管理层进行长久的经营。提升管理者的自豪感。运营者有责任定义和维护社群的存在和荣誉。社群管理者的选聘和分派。内外部沟通机制。协调资源。组织共同体验。

**3.2 治理（决策流程）**

在社群中如何做决定？

社群里面的决策制定的团体，权利是集中还是分散的，谁赋予决策者权力，社群如何处理 冲突。

分单元独立运营，决策。圈子领袖如何确定。通过什么方式确定，投票民主，制定一份解决冲突的方案。成员之间，谁处理，怎么处理？

**3.3 资金运营**

社群怎样运营资金？

社群如何获得资金来源和收入，非盈利和盈利机构的特点，依赖内部费用还是外部的资金注入。建议去掉，修改为学习资源类。内部外部资源，教师给予的指导方案，内部资源就是互相学习，贡献，图书馆？

**3.4 渠道与平台**

社群用什么渠道去交流和用什么平台去召集？

满足成员的核心需求，特性融入，课程平台，内外部联络，资源共享。工具介绍。资源使用的最大化。

**3.5 数据管理**

社群如何管理成员数据？

成员数据如何管理，如何维持成员的联系，通讯录，个人主页，微信群等。对成员的深入理解，促进成员做贡献。社群如何捕捉深度知识。Wiki数据管理，迭代方面获取知识。