# 【课程心得】工商人类学

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2025-03-21

*第一篇：【课程心得】工商人类学《工商人类学》课程心得经过一个学期的学习研究，我们的《工商人类学》课程已经宣告结束。在课程中，我一直在不断的观看《非诚勿扰》电视节目，并且进行参与式观察，记录节目上发生的事情并且提出自己的管理建议。一个学期下...*

**第一篇：【课程心得】工商人类学**

《工商人类学》课程心得

经过一个学期的学习研究，我们的《工商人类学》课程已经宣告结束。在课程中，我一直在不断的观看《非诚勿扰》电视节目，并且进行参与式观察，记录节目上发生的事情并且提出自己的管理建议。一个学期下来，我学到了很多东西。之前选择这门课的原因是由于田教授的名声名气和生动的讲授所吸引的，通过本学期这门课，我真正感受到一个大师级的教授的人格魅力。在这门课上，我学到了很多东西，以下是我感触最深的： 1.非常敬佩老师，佩服他的学识和研究，对老师在研究上的专注和执着感到很感动。从老师的身上，我学到了许多课程外的东西，比如说演讲能力、做人要爱国等等；

2.在课堂上，我认识到了人类学对各个学科的重要性，学会了运用人类学的观点去探讨身边的事物；

3.参与式观察是我们平常做得最多的课外作业，在不断的研究中，我发现自己比没有做过这样研究的人具有更系统化的思维和方法；

4.因为翻译也是我们的一项作业，所以我从中也学到了很多单词，掌握了一些翻译技巧；

5.在老师多次的学术分享中，我很幸运地能接触到非常前沿的学术研究，扩展了自己的知识面，增长了见识；

6.还有一个非常重要的收获，就是学会了运用标准的格式写学术论文。总之，我在这门学到了很多东西，希望以后还有机会上田老师的课。祝老师身体健康！

事实上，人类学对于我们是一个熟悉而又陌生的学科，熟悉是因为我们可以顾名思义，大致知道它的研究视角是人类自身，陌生是因为没有理论基础和科学的方法论，很难去真正应用这门学科。然而，基于《非诚勿扰》这一个案的研究，我们逐渐明确了工商人类学的目标和价值，并且学会运用参与式观察、问卷法、深入访谈法等工具去进行更深入的分析和研究。在分析中，我们对节目的运作提出了自己管理建议，比如说优化节目流程等，而且还针对男女嘉宾的真实性、上台目的等进行了探讨，最后就其对社会的影响做了分析研究。作为江苏电视台的一个支柱型的娱乐综艺节目，《非诚勿扰》应该更加明确其目标就是盈利，但为了不违背其“大型生活服务类节目”的性质，运用人类学的研究进行整改就是一个很好的方式。在这方式下，《非诚勿扰》将会实现商业价值和社会价值的共赢。

非常感谢田广教授的教导，期待下一次课上的见面！

**第二篇：工商人类学课程简介**

工商人类学课程简介

工商人类学是近年来在西方发达国家，特别是在美国，迅速发展起来的一门跨领域的边缘学科，其核心内容就是研究并推广在工商管理领域内，应用人类学的理论和方法，研究、探讨、和解决工商管理实践中各种各样问题。比如，以美国为例，早在上个世纪的30年代，美国哈佛大学的人类学家，便开始了对西电公司(Western Electric\'s Hawthorne Works)雇员人际关系与劳动效益的研究。他们依据人类学功能学派的理论，应用参与观察等人类学研究方法，得出了一个影响工商管理研究长达数十年，并且至今依然受到重视的结论，即雇员的劳动效益会随着管理层对他们的关注程度的提高而提高。该项研究成果被誉为管理学科人际关系学派的奠基石。

根据工商人类学专家安• 峤丹(Ann Jordan)博士的研究，在上个世纪的80年代，日本的经济崛起加速了全球化的进程，而伴随着日本成为世界经济的重要力量，美国，欧洲，甚至亚洲的其他国家，都对日本文化，尤其是日本的企业文化，产生了极大的兴趣。出于国际经济贸易的需要，学习研究日本文化和日本企业文化，成为欧美许多工商企业管理层的首要工作。在此期间，许多以人类学研究为主的工商管理学术著作问世，比较著名的有理查德·帕斯科勒(Richard Pascale)和安塞尼•安塞斯(Anthony Anthos)所著作的《日本管理之艺术》(The Art of Japanese Management)，特兰斯•迪尔(Terrence Deal)和埃蓝•肯尼迪(Allan Kennedy)所发表的《企业文化》(Corporate Culture)等等。

进入到1990年代以来，工商人类学家的贡献被越来越多的企业管理高层所认可，成为工商管理研究领域的主体组成部分之一。近年来，在市场经济高度发展的西方国家，许多跨国的大中型工商企业出于公司赢利的需要，开始正式雇佣人类学家为公司的管理提供可操作的研究。比如著名的电信设备公司摩托若拉，著名的电器制造商通用公司，著名的金融跨国财团花旗银行，著名的汽车制造商丰田公司，等都正式雇佣了人类学家，有的甚至雇佣了一个人类学家团队，为企业内部的长期正式从业职员，为公司的战略发展而从事人类学方面的应用研究。

与此同时，越来越多的学者为学术目的而开始参与工商管理领域的人类行为研究，比如哈佛大学的杰瑞•撒尔特曼(Jerry Asltman)和格兰特•马克侩肯(Grant McCracken)教授，西北大学的约翰•雪利(John Sherry)教授等。此外，越来越多的商学院教授也开始采用人类学方法从事工商管理研究，比如儒特格斯大学(Rutgers University)商学院教授卡洛•考夫曼-斯卡伯若(Carol Kaufman-Scarborough)博士等。澳大利亚沃隆贡大学(University of Wollongong)商学院的凯西•陆德肯(Kathy Rudlkin)博士与赫曼特• 迪欧(Hemant Deo)博士应用人类学参与观察和深度访谈等方法，在2024-2024年对当地数家银行分支机构进行了以提高顾客满意度为目标的研究，并得出结论说人类学的实地参与观察研究方法，对于银行业来说是最为有效的研究方法，应该大力推广。

而人类学对商学院教学大纲的影响力，正在日益增大，特别是在组织行为学、消费者行为、市场营销与管理、产品设计与开发、商业竞争情报学、跨国经营管理、人力资源管理等课程的教学中。西方商学院的教授们在教学实践中，已经大量引入人类学原理和方法，从而提高了教学质量和效果。工商人类学作为一门独立的课程也开始在一些商学院系开设。自1990年中期以来，一些大学正式开设工商人类学课程，并开始培养工商人类学硕士或博士，比如美国密西根州立大学(Wayne State University)，奥尔根州立大学(University of Oregon)，北德克萨斯州立大学(University of North Texas)，丹麦的哥本哈根大学(University of Copenhagen)。美国的科罗拉多州立大学布尔德分校(University of Colorado at Boulder)更于最近开设了工商管理学与人类学双硕士学位，很受欢迎。

工商管理从总体上来说，在中国还是一个有待发展的学科，而工商人类学作为应用人类学与管理学科的分支，目前在中国还是一片有待开垦的处女地，前景广阔。汕头大学商学院是全国第一家教授工商人类学课程的商学院，课程由田广博士主讲。田广博士是国际工商人类学研究领域的领军学者之一，是《国际工商人类学期刊》的主编。同学们通过对该课程的学习，不仅能够学习和掌握工商管理世界在应用人类学方面的新发展和趋势，而且能够学会如何应用人类学的理论和方法，来解决工商管理实践中的具体问题，进而全面提高学员的管理能力和管理水平。该课程是一门实践性极强的理论性应用型课程，如果同学们对此课程有何问题，欢迎与田广老师联系：gtian@stu.edu.cn.

**第三篇：工商人类学 学习心得**

《工商人类学》课程学习心得

又到了期末了，《工商人类学》这门课程又要准备结束了，但是这门课程让我学到了非常多的知识，提高了团队合作能力，学会了论文写作、问卷调研、数据统计、翻译论著等知识。总之，这门课程不仅仅让我学到了有关工商人类学的知识，还让我学到了其他非常实用的技能。

首先，我谈一下我学到的有关工商人类学的知识。在课堂上，田老师通过结合课本内容以及现实例子等方式向我们讲授工商人类学的知识，例如工商人类学的背景、发展前景、涉及领域、学科基本知识。老师还会在课堂上讲述有关调查研究的方法和技巧，例如访谈调研、问卷调查、数据统计，这些知识对于我们对学术研究都有很大的用处。老师还会在课堂上把他的最新研究成果与我们分享，也请来著名学者和优秀学生在课堂上作经验分享。田老师这种教学方法能够让我学到很多东西，我觉得学习这门课程是一次很好的经历。

团队合作在这门课程中是十分重要的，因为课程论文需要小组在整个学期中都要相互合作，论文的每个写作阶段都需要合作，从题目制定、调查问卷到论文思想、写作架构都需要小组成员的参与，这是一篇非常巨大的论文，是我在大学以来写的最大的论文了，通过与小组成员的合作，我相信这个论文写作过程对于我在大学学习有很大的作用。总之，论文的写作对小组来说是一种考验，因为小组要在论文中有着统一的主题思想才能把论文写好，这就需要小组之间的充分合作和沟通。

翻译是我在课程上学到的非常有用的知识之一。通过翻译课本章节，我除了学习到课本的新知识，提高英语水平，也让我明白了写一篇正规的或者能发表的文章在格式方面是很有讲究的，比如文献综述与引用的资料来源等。这个翻译作业让我纠正了写论文一直犯的错误，这对一年后我要写的学士毕业论文是很有帮助的，而且即使以后参加工作，上司要我写一份报告等，也需要用到这些技巧与格式。这让我深刻的体会到了像《工商人类学》这样的学科，教给我们的不仅仅是理论，还有从中学到很多有价值的东西。只要用心去学，我们会发现以前没有发现的有价值的事物和现象。

总之，一个学期下来我在这门课上学习到了非常多的知识，让我受益匪浅，相信田老师在以后的教学中会让更多学生学到更多的知识，把工商人类学这门学科发展的更好。

万嘉乐 2024/6/7

**第四篇：工商人类学心得体会**

工商人类学心得体会

经过一个学期工商人类学课程的学习，我收获了很多。感谢田广教授这一个学期的辛苦地教学。田老师通过采用小班教学的模式，与我们面对面交流，能准确抓住我们的盲点与不解，及时地给我们解决疑问，让我们在愉快的环境下学习知识。这种教学模式，值得我们去学习。下面我来介绍一下有关工商人类学的一些基本知识：

工商人类学，作为应用人类学的一个重要分支，近年来兴起于西方管理学研究众多优秀的质性研究方法，且目前是中国管理学界所忽视的重要内容。社会科学类的中国报纸报道了工商人类学为人类学家扩大了研究领域范围，中国的学者开始意识到人类学在商业的应用的潜能。周大明博士是第一批中国的人类学教授之一，他承认工商人类学在中国将会需求很大，因为中国的社会正在从一个传统的农业社会转变成一个工业化和商业化社会。在田广教授的影响下，周博士意识到工商人类学的潜能并同意了在中山大学主持在中国的首次有关工商人类学的国际会议。与此同时，中亚民族大学和人民大学在北京联合举办了一个有关工商人类学的会议；中国的主流公共媒体都报道了这些会议。

汕头大学商学院以“功在商道，心达寰宇”作为学院的座右铭，致力于工商管理教育的国际战略发展，聚焦于西方发达国家商学院的教育实践中的课程介绍和教学材料。汕头大学商学院的领导层决定从2024年秋季学期开始把工商人类学作为一门专业选修课提供给高年级的本科生。

在设计工商人类学的课程时，我们设立了5个期望的学习成果。第一个期望的学习成果是让他们知道和了解工商人类学的基本理论，研究方法和近年来的发展，和把这些已学的理论和研究方法运用到工业和商业管理的实践中去。第二个期望的学习成果是去发现和理解实际生活中工业和商业方面那些可以运用人类学的原则和研究方法来解决的具体问题，以及提出可操作的建议给这些管理。第三个期望的学习成果是通过对具体领域的观察调查，确定和应用相关的人类学技术去解决实际的问题。第四个期望的学习成果是发现和研究那些影响公司结构和具体商业营运的文化因素，提出一些相应的解决方法给公司文化建设和发展的经营。第五个期望的学习成果是理解国际工业和商业联盟中的文化差异，以及在实践中熟练地运用和避免这些文化差异。

商业世界对于未来的领袖精英的要求是复杂的，所以人文学科,社会科学和自然科学的交集，联合和共同渗透在这门学科里是一个显性的潮流。

学习了工商人类学之后，我有了如下体会：

一、重视对民族志等定性研究方法的应用

纵观当前在中国管理学学术研究中，量化建模和计量检验等定量研究方法所占篇幅过度偏重。对计量模型、统计计算的推崇，很重要的一个原因是：在缺乏实质内容和知识创新的论文中，定量分析方法成了能发表论文的救命稻草，也成为了一些缺乏真知灼见的学术期刊畏惧非议的不二选择。我主要谈谈民族志的质性研究方法：

质性研究手段包括现象学学问以及三种经典的质性研究方法：扎根理论、民族志和关键事件法等等。民族志是建立在在人群中田外野地工作基础下第一手观察和参与之上的关于习俗的撰写。或者通常说是关于文化的描述，以此来理解和解释社会并提出理论的见解。民族志既是一种研究方法，也是一种文化展示的过程与结果。同时，由于民族志方法主要是一种研究人的行为，来了解人类的行为特点的人类学研究方法，这正符合了当今商业世界迫切要求了解消费者行为的需求，所以其商业需求正在被慢慢认可，并有逐渐扩大的趋势。质性研究认为研究过程就是研究者与研究对象相互影响、相互学习的互动过程。中国的管理学界在吸收接受西方管理学理论和方法的同时，要不断地在其中加入中国的要素，从而形成有中国特色的管理科学及其方法论。中国5000多年的文明发展史，为我国管理科学的发展奠定了雄厚的人文基础，因此在管理科学的发展过程中，我们必须更多地强调中国特色，而这种特色是难以用数量分析的实证研究所能予以突出的，因此加强管理科学研究中的非实证主义研究范式的应用，是发展具有中国特色的管理科学的有效途径之一。

二、英语水平得到了很大的提高

在田老师的课上，我们不仅学到了专业知识，还得到了田老师对于翻译问题的亲身指导。许多翻译需要注意的问题，老师都一一指出，这使得我们的英语水平有了质的飞跃。

三、得到了编著书稿的机会

田老师非常注重对学生学术能力的培养，在学期末，老师给我下达的任务是编著《市场营销人类学》的书稿，这对我的影响是非常大的。锻炼了我的逻辑整合能力，并进一步加深了我对工商人类学的认知。

在我们看来，要想加快商业教育改革的步伐，满足国际标准，以及加强中国的管理学教育的国际竞争力，工商人类学课程的增加无疑是一个简单但是可行的解决方法。

**第五篇：工商人类学学习心得——深入探究工商人类学**

不《计量营销学》学习感想

09301022 关静文 市场营销

“计量营销”还是当代中国是一个相对新的词汇，我非常有幸在田广教授的带领下能够成为中国第一批接受“计量营销”知识的学生。

对一个天生文科生的命的我来说，市场营销专业是我在商学院一个非常明智的选择。当我知道我大三将有一门专业课叫“计量营销”的时候，心里有种不踏实的感觉，因为这个词汇让我联想到，统计学，审计学，管理定量，微积分等让我头疼的课。但是上过这门课，我心里非常清晰和明确，这是一门在营销专业课里面最实用，最直观的课。

计量营销学始终围绕这市场营销这个话题，但是为营销知识增添了更多有力的数据和公式，让营销显得不再“夸夸其词”。我们上营销专业课会接触到广告、促销、定价、市场份额，在计量营销课上，我们都可以使用到公式去计算当中的很多事物，通过公式得出数据结果，有力地支撑观点，並且能够帮助进行决策。这个是其他营销专业课上没有使用的到。

田广教授经常把一句话挂在嘴边：“计量营销，就这麽简单。”这话非常到位，虽然计量营销里面有很多公式，涉及很多计算，但是这些公式都是文科生非常亲切的加减乘除，非常容易读懂，容易运用，並且运用上非常广泛。因此，计量营销的“计量”并不是一个难点。

田广老师总是说，我们在创造历史，我们是在中国计量营销领域的试验田。所以，我们在这门课上也没少下功夫。我们每周在计量营销学上花的时间都比别的科目多，因为我们每周都有课后题目要上交，而且为了提高作业质量，我们都仔细阅读老师的文案，然后尽量在课后作业中展现学到的知识之外进行内容的扩展，举一反三。我觉得这个作业的方式其实是非常有帮助的，能够让我们真正地学到知识，並且对知识印象更加深刻。我们还有小组每周轮流进行案例分析ppt展示，这个过程中，我们运用了书本的知识对案例进行分析，使我们把虚拟的知识使用在实在的案例中去，这是一个化虚为实的过程。我认为这个过程也让我们增加更多的知识。

学完这门课，一方面是学到了计量营销的知识，一方面我从田广老师身上也学到了很多思维的方式和做人的原则。田教授一直在美国教书，我在他的课上可以说是接受了美国的教育方式，我认为对于我来说帮助不小。我认为，大学里面一个学期的课程实在是太多，如果能够减少课程的数量，提高课程的质量，就犹如田广老师的高质量的课，能够供我们花更多时间去深入研究，我相信这样的大学课程应该能够更加充实也有效。

工商人类学学习心得——深入探究工商人类学

作者：阳建军

[摘 要] 工商人类学是人类学一个较新的分支学科，属于文化人类学范畴，它是一门应用人类学的知识理论和研究方法来解决与工商业相关问题的学科。工商人类学相比于其他应用于工商业的学科有其独特性，特别是她独特的人类学研究方法，例如参与观察、访谈以及分组调查，这些方法，对商业研究做出了独特的贡献。最近这些年，工商人类学作为人类学和工商管理学的交叉学科正在经历着巨大的发展和提高。工商人类学课程作为一门新的课程，近些年才开始逐渐在一些高校开展，田广博士讲授的工商人类学课程，介绍了何谓工商人类学、工商人类学的主要研究方法及其应用与贡献，同时，对工商人类学的未来发展表达出乐观的态度和积极的展望。本文目的在于介绍工商人类学课程讲授的课程内容，推进工商人类学的进步与发展。

[关键词] 工商人类学，田广博士，工商人类学课程

引 言

人类学已经有悠久的历史，因为其具有独特的研究方法和知识理论，因而在很多领域都得到广泛应用。工商人类学作为人类学的一个新的分支学科，是上个世纪才慢慢发展起来的，但是因为它很好的将人类学的知识理论结合应用到了工商业，所以在较短的时间里取得了突破性的发展。正如著名的工商人类学家Ann T.Jordan说：“当我在20世纪 80年代进入这个研究领域时，这个领域是令人类学家兴奋和有前瞻性发展的。工商人类学的重要性已经从内到外地在公共世界被关注。这种关注的形成原因是复杂的，主要是因为这是一次人类学家对商业研究的贡献。我们带来了一个和别人看问题和想问题不同的角度。”[1] 工商人类学是一个年轻的学科，以一个充满活动的态势取得了快速的成长，吸引了越来越多的学术界和研究者的注意力。工商人类学课程介绍了工商人类学和其独特的研究方法，以及其在工商业的应用，带领我们认识工商人类学并学习其理论知识，同时学习将工商人类学的独特方法应用到解决实际工商业的相关问题。

何谓工商人类学

人类学是一门将人作为直接研究对象的学科，它综合研究人类个体行为和人类群体文化（例如风俗、语言），综合阐述人类的发展和生存的环境，以及人们在社会环境中形成的人类各种现象。人类学应用非常广泛，应用在不同的领域就形成不同的分支学科，工商人类学也是人类学一个较新的分支学科。

工商人类学作为人类学的一个分支学科，是上个世纪才发展起来的，对于工商人类学的兴起与发展历史不同学者存在不同的意见，但大多数学者认为工商人类学形成的标志事件是1924年霍桑工程（Hawthorne Project）。田广博士为我们介绍到：工商人类学这一术语是在20世纪80年代开始使用的。在人类学界，工商人类学的发展史可以追溯到19世纪欧洲殖民时期，例如，英国东印度公司雇佣人类学家研究印度，为公司在印度的商业利益服务。但是，公认的工商人类学形成的标志事件是1924年霍桑工程（Hawthorne Project）。[2]

工商人类学的主要贡献在于将人类学的理论经验和人类学的各种研究方法很好的应用在商业和工业活动上，并帮助研究和解决工商业相关问题，这也是工商人类学与其他很多工商业有关的研究学科最大的区别。根据美国学者的研究，目前，人类学分析法和人类学定性分析法已经被越来越多地应用于商业研究中，而以工商管理研究为方向的人类学家，应用参与式观察法这一传统模式，搜集和整理基层企业文化信息，为决策提供参考依据。[3] 田广博士为我们介绍了多种工商人类学的研究方法，诸如实地研究录，参与式观察法，访谈法等，这些都可以应用到实际的商业调查和研究中，帮助解决工商业问题。工商人类学家通过利用人类学的研究方法，可以为商业领域定性研究取得很好的成效，例如工商人类学家可以通过分组调查和参与式观察的方法从消费者处收集到企业需要的信息，从而做出进一步的针对消费者的营销策略，解决销售不景气的问题。正因为工商人类学不同于其他定量研究学科的研究方法可以为企业做出独特的贡献，因此在最近的这些年里，工商人类学作为一个人类学的分支学科也作为一个商业的分支学科正在经历着巨大的发展和提高。正如许多工商人类学家陈述的那样，工商人类学在其研究方法和对商业研究的贡献方面显示出其独特的重要性，吸引力世界众多学者和研究者的目光，同时其发挥的作用也得到广泛认可。

工商人类学研究方法和应用

人类学有很多不同于其他学科的独特研究方法，诸如主要的研究方法有：全貌观，从社会文化和人类行为的各个方面和层次研究社会的文化元素和行为，把社会或文化当作一个整体来研究；文化相对论，要求研究者客观地看待被研究的对象，从被研究者的角度来看待被研究者的文化；泛文化比较，对不同的文化进行广泛的比较研究。人类学最主要也是最有标志性的研究方法是民族志（Ethnography），民族志是运用田野工作来提供对人类社会的描述研究。在美国，工商人类学把原先已经存在的工业人类学、组织人类学、组织社会学、管理心理学等多种名目的支系统合重组、有机组装成统一名目的学科，并一开始就以民族志方法对工商组织进行“田野”作业确定为主要研究方法。民族志既可以用来指称这样一种观察式的研究方法，同时也可以指研究的产物，例如，通过民族志方法写成的一部著作、一本书籍或者一段录影。大多数人类学家认为民族志是人类学的基础。民族志是一种实地的、归纳的研究法，大量依赖参与观察。民族志研究方法融会了很多的研究方法，它可以对人们的反应以及对影响他们行为的原因提供一个更好的解释，商业研究人员从中得到了许多有价值的信息。民族志学者关注人们的说和做之间存在显著差异的事实。通过参与参观，人类学家就能揭示那些不容易看明白的、非正式的社会结构以及紧张的行为模式。[4] 民族志又可以划分成很多具体的方法，诸如：参与式观察、相处共话（访谈）等等，这些具体的方法同样可以很好的应用在工商人类学领域，用以解决企业收集信息和建立企业文化等相关问题。工商人类学课程教学过程，田广博士就为我们重点介绍了参与是观察、访谈和调查问卷的民族志研究方法，还指导我们在实际研究中使用这些方法收集信息。

参与式观察是指对于日常行为的直接观察，收集第一手的观察资料，在各种场合以介入而不扰乱原有状态的观察方式，观察个人行为与集体行为，并记录信息。访谈是指研究者运用各种正式或者非正式的访问方式进行访谈，包括有助于维持互信关系的闲话家常、了解活动内容或文化意义的打听以及长时间的问题询问。这些具体的研究方法都是收集第一手资料的重要方法，正是因为其独特和重要，使得民族志的研究方法成为工商人类学家开展研究工作的有力工具，因此民族志的研究方法也在商业中应用得很灵活、很广泛。例如著名的人类学家田广博士说：“商业研究者常常受益于企业民族志的研究以及相应所收集的相关信息。工商人类学家重点关注从一些与人们所说所做的不同视角来研究问题。通过参与观察的研究方法，工商人类学家深入非正式的社会结构以及那些不能被人一眼看出的行为结构中。并且，许多商业社会中的职业经理人正大量地运用民族志来提高商业业绩和赢利。” [5]

现在的商业环境，竞争越来越激烈，企业做决定和预测需要考虑的因素也越来越多，需要收集各方面的信息，而仅仅依靠定量方法收集和研究信息已经远远不够，这时候，人类学的独特的定性研究方法就可以很好的派上用场了。越来越多的企业雇佣研究者大量地运用定性的研究方法来收集信息，比如通过访谈和参与观察的研究方法进行研究和记录被调查者的语言和行为来做出定性研究。很多专家，比如约翰·舍利和罗素·贝克（John Sherry and Russell Belk）便是众多研究者之间的一员，已经诠释了这些做法的显示价值。特别是最近，工商人类学家已经帮助了商业企业提高他们在众多商业职能领域的业绩，这些领域包括产

[6] 品设计和发展、消费者行为研究、人力资源管理、核心竞争力等等。可以看出，工商人类学的研究方法在商业可以得到广泛的应用，不仅能用来研究市场的消费者，包括消费者的需求偏好和消费者的行为动机，还能在企业内部的人力资源管理发挥很大的作用，协助企业内部进行员工的管理和人事的安排。

人类学与工商管理教育

目前人类学分析法正逐渐被广泛地应用到商业和消费者研究中，营销学教师有必要将有关人类分析法适用性问题的讨论融入到他们的课堂中，以便将最新的观点融入到课程教学中。毫无疑问，人类学家正将独特的和无价的方法应用于商业世界，尤其是营销领域。[7] 在当代竞争激烈的商业，企业要取得发展壮大的关键问题是留住老顾客和吸引新顾客。想要吸引新顾客就要了解潜在消费者的需求，他们希望什么功能的产品以及设计成什么样？他们希望在消费过程受到什么样的对待？消费者的想法和观念因素，是难以用定量方法来研究的，是难以用简单的数据统计计算的，所以一些企业开始采用参与观察等定性的研究方法来对消费者进行观察。当企业需要开发新的产品时，可以雇佣工商人类学家帮助了解消费者的对产品的需求来协助对设计和研发新产品。例如，一些工商人类学家通过与消费者进行面对面的访谈来打听他们对产品的需求信息。许多工商人类学家专注于对商业设计和发展新产品。这会直接使得公司的利润的增加。

例如，一些工商人类学家着手按照外科医生的需求代表公司建议制造外科医疗设备。他们通过观察急救室里面工作着的医生来得到外科医生对这些医疗设备的需求的详细观察。在观察研究之前，医生们已经报告了他们对医疗设备的主要关注点：设备的精确度。人类学学家通过观察发现，实际上相对于精确度来说，速度更重要；医生们预期设备应该更加高效地工作。人类学家的观点说服了公司重新设计他们的医疗设备，这种新的设计的调整帮助公司扩大了公司的市场份额[54]。着手按照外科医生的需求代表公司建议制造外科医疗设备。他们通过观察急救室里面工作着的医生来得到外科医生对这些医疗设备的需求的详细观察。在观察研究之前，医生们已经报告了他们对医疗设备的主要关注点：设备的精确度。人类学学家通过观察发现，实际上相对于精确度来说，速度更重要；医生们预期设备应该更加高效地工作。人类学家的观点说服了公司重新设计他们的医疗设备，这种新的设计的调整帮助公司扩大了公司的市场份额。[8] 为了取得消费者的需求信息，企业仅仅依靠定量研究是不够的，工商人类学家的民族志研究可以为企业收集信息给予很多的帮助，他们近距离访谈消费者和对消费者进行无扰乱地观察，这些都可以最直接的记录消费者的资料。工商人类学课程过程，田广博士指导我们用了参与式观察法和访谈法去进行高校餐饮服务的研究，让我们将方法应用到实践过程，用以解决和研究现实的商业问题。在全球化越来越明显的当今社会，企业的内部也涉及跨文化的管理，在员工的管理与企业团队的设计都需要考虑到文化多元化的因素。例如许多跨国公司，招聘的员工来自不同的国家，员工之间有不同的文化习俗和价值观。通过民族志的研究方法，不同的文化习俗和价值观、态度、心理都可以被记录作为企业人力资源管理的资料。企业内部的跨文化管理是在多领域、多民族、多语言、多任务的相对在开放度较高的组织中的综合管理。特别是在全球化飞速发展的今天，跨文化管理的成败直接关系到了跨国公司的发展，意义重大。[9] 文化习俗和价值观对于员工是非常重要的，关系到员工对企业的归属感和满意度，在企业内部进行对员工的信息收集并做好人力资源管理关系到企业团队能力强弱的关键。工商人类学家的一个重要贡献便是对企业内部进行研究，然后为企业组织改变和团队的改善提出合理的建议。企业内部团队结构的调查研究也非常适合应用人类学的研究方法去进行分析。田广博士为我们提到过一个例子：应用人类学家苯森（Judith Benson)为波音公司创造和整合了产品团队的商业模式。运用人类学的方法和技巧，苯森通过访谈一线机械师帮助波音公司提高了团队工作的效率。这能够对工作在团队中的团队领导有特别的改变，这也实现了波音公司在（决定工作进程）行动中的充分调动劳动力的目标。[10] 工商人类学的研究方法应用到企业内部的研究，可以很好的配合定量研究，了解企业内部员工的价值观和文化背景，从而提高员工的工作热情和对企业的满意度，进一步有利于企业的团队合作能力与组织竞争能力。

工商人类学前景

工商人类学作为人类学一个分支学科，发展历史并不悠久，但她正以一个茁壮的态势慢慢发展，被越来越多的人们认识和接受。从20世纪80 年代以来，工商人类学逐渐显现出其在工商领域研究的能力，取得了较好的成果。在中国，人类学的发展也历经波折，著名人类学家周大鸣提到：新中国成立之后的一二十年里人类学遭遇了巨大的挫折,直到上个世纪的80年代人类学研究才重新在我国的大学里逐渐恢复起来。与早期的人类学家费孝通和林耀华等人的理想相类似的是,我国人类学依然重视讨论现实问题,讨论在新中国政治体制之下社会的变化和发展的问题。总体上讲,时至今日中国的人类学以及其它的社会科学的实践,依然包含着致力于民族国家兴盛的愿望。[11] 目前，工商人类学课程作为一门独立的课程也开始在一些商学院系开设，介绍工商人类学的概念和其研究方法和应用。根据田广博士等学者的研究，人类学的理论和方法在工商管理研究中，对以下一些特定的方向具有很大的实际意义：企业文化与组织行为，人力资源管理，市场营销，消费行为，产品设计与开发，商业竞争情报，跨国经营管理等。总的说来，工商人类学发展。世界范围内，工商人类学的发展已经度过雏形期，向纵深方向发展；[12] 在中国目前工商人类学的研究还处于刚刚起步的阶段，希望中国人类学学者们，都能够充分意识到工商人类学学科本身不断发展的趋势，以及中国在改革开放以来的经济腾飞和具有中国特色的社会主义市场经济的快速发展这个大的经济背景，致力于工商人类学的研究和推广，推动工商人类学在中国的发展。

参考文献：

[1] Jorda,Ann T.The Importance of Business Anthropology: Its Unique Contributions [J].International Journal of Business Anthropology.2024，Vol.1(1).[2]招子明、陈刚，人类学[M].北京:中国人民大学出版社,2024] [3]蓝雪华、田广，论民族志研究方法及其在商务实践中的应用[J].福建论坛, 2024年第4期

[4]蓝雪华、田广，论民族志研究方法及其在商务实践中的应用[J].福建论坛, 2024年第4期

[5] [6] 田 广，独特的贡献与方法：工商人类学研究及应用综述[J].> Vol.1(2), 2024 [7]蓝雪华、田广, 人类学在商业教育中的应用及工商人类学的崛起[J].中国管理信息化 2024 年第 4期

[8] 田 广，独特的贡献与方法：工商人类学研究及应用综述[J].> Vol.1(2), 2024 [9] 綦晓光，工商人类学视野中的经济全球化背景下企业文化问题浅析———以日本、法国和瑞典在华企业为例[J].石家庄经济学院学报Vol.34 No.4 2024年8月第34卷第4期

[10] 田 广，独特的贡献与方法：工商人类学研究及应用综述[J].> Vol.1(2), 2024 [11] 周大鸣，应用人类学与中国实践.中山大学学报(社会科学版)2024年第6期第44卷(总192期)[12] Tian, Robert G.The Unique Contributions and Unique Methodologies: A Concise Overview of the Applications of Business Anthropology [J].International Journal of Business Anthropology, 2024, Vol.1(2), pp.67-75.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！