# 工商人类学学习心得（5篇可选）

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-07-23

*第一篇：工商人类学学习心得工商人类学学习心得2024~2024年春季学期，我选修了田广老师的工商人类学课程。由于这门课程涉及的是较新的学科（在中国是刚刚起步，但在国外已经发展了几十年了），所以其教学方式与其他学科有很大的不同。课程采取的是...*

**第一篇：工商人类学学习心得**

工商人类学学习心得

2024~2024年春季学期，我选修了田广老师的工商人类学课程。由于这门课程涉及的是较新的学科（在中国是刚刚起步，但在国外已经发展了几十年了），所以其教学方式与其他学科有很大的不同。课程采取的是全英教程，主要是为了让我们与国际搭轨。由于这门学科源于国外，在中国才是刚刚起步，所以很少相关的参考文献，只能引用国外的参考文献。为了训练我们的英语水平，田广老师还给我们布置了翻译专业书籍的任务。在平时的学习过程中，田广老师主要教授我们该如何去做一份工商人类学的研究。我们这学期研究的主题是江苏卫视的相亲节目非诚勿扰。田广老师先是给我们介绍了什么是工商人类学，然后分别介绍了工商人类学的研究方法，如参与式观察法、深入访谈法和调查问卷法。并让我们用这些方法对非诚勿扰进行研究，在讨论组中对学习心得的体会进行交流和分享。最后，以小组形式完成研究的论文。

那我在这门课程中学到了什么呢？我自己觉得我学习这门课程后收获良多。主要在于：  学习到了商业人类学的知识，如研究方法有参与式观察、深入访谈法、调查问卷法等，并学会将这些方法运用到实际的研究中去。

 学会了对调查问卷数据的处理，例如如何录入数据、分析数据等

 学会了对访谈问题和调查问卷的设计和操作

 在翻译过程中，提高了我的英语水平，学会了在不同文化和语境中使用不同的词表述观

点。

 田广老师在上课当中会讲到一些道理，让我受益匪浅。

**第二篇：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

**第三篇：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.

**第四篇：工商人类学课的学习心得**

首先，从工商人类学的研究方法——参与式观察中，我认识到了观察目的的重要性。我们不能仅仅观察，我们要有目的的观察，不然只能泛泛而看，我们该集中于一点，看透它，并从这一点扩散到整个面。

然后，我学习到说话技巧的重要性。在找人填问卷的过程中，认识你的人了解这是课程需要，不认识你的人却会感到被打扰了，如何消除尴尬，引导答题，鼓励其继续关注我们的活动都是很考验人的。

最后，我学到了充分利用资源方法。访谈问卷等是人脉，资料论文等是数据库，百度知道等软文的发表是利用网络工具。

**第五篇：工商人类学学习心得[小编推荐]**

工商人类学学习心得体会

在还没有进入研究生学习时，根据研究生院发来的选课表我看到《工商人类学》列在选课表中。初次看到这个课程的题目时感觉“工商人类学”这个名词很是陌生，因为题项中有“人类学”这样的字眼，我就认为这应该是一门研究人类行为的课程。作为商学院的研究生从根本上来说，我认为我们所研究的就是在商业生活中人类的各种行为，所以我选择了这门课程。

经过了一个学期的学习，《工商人类学》这一门课程的学习到此告一段落。我们学习的氛围很是轻松，同时也让我感受到了研究生学习和本科生学习的不同。在整个学习过程中，同学们围坐在一起讨论，课上可以畅所欲言。每个人都可以发表自己的意见和看法，和老师直接的进行交流沟通。这使得我们的观点可以及时的被老师了解，同时老师也可以立即的给予我们反馈。由于从小学时起到大学我都习惯了老师讲授，而我只需要记好笔记就可以的学习方式。刚开始像这样老师同学坐在一起的氛围让我感到很局促，但是慢慢的我就喜欢上了这样的学习方式。

在学习内容上工商人类学是经济人类学和应用人类学结合的产物，工商人类学无论是从学术角度，还是从应用角度都具有非常重大的意义。工商人类学从学术传统来看，是经济人类学的分支。经济人类学是一门新兴学科，二十世纪四五十年代兴起于欧美，在学科发展的早期阶段研究主题侧重于“原始人的经济生活”领域。此后经历了二十世纪六十年代的“形式和实在大辩论”，以及七十年代新马克思主义思潮的涌动，研究主题日趋广泛与多样化，逐渐发展到“一切积极的、具有经验主义基础的、关于人类经济行为和经济制度的研究”，经济人类学为工商人类学的形成和发展奠定了基础。工商人类学非常重视对民族志等定性研究方法的应用，现在中国的学术界是定量以及实证的研究方法占据着主导地位，而对于定性研究的重视就相对于薄弱很多。质性研究包括扎根理论、民族志和关键事件法等等。民族志是研究人员进行田野调查获取一手资料，比如参与式观察，深入访谈和问卷调查等方法，民族志的方法更加直观。民族志的方法主要是用来研究人的行为，来了解人类行为的特点，这符合我们现在商业世界对消费者行为了解的特殊需求。

在课程学习之余老师还要求我们翻译了英文的工商人类学文献，通过这样的学习方式不仅一定程度上提升了我的英语论文阅读速度，同时使我学习到了翻译的一些技能，使我的知识储备更加丰富，技能更加的多样化。

非常感谢这一个学期以来老师对我的教诲，耐心的对我的错误及不足进行指正。在这门课上我学习到的不仅仅是专业知识，还有很多对人对事的处理方式，虽然这门课程的学习结束了，但是我学到的知识和技能一定会对我的未来有很大的帮助。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找