

<<感官评定实践>>

图书基本信息

书名：<<感官评定实践>>

13位ISBN编号：9787122013170

10位ISBN编号：7122013170

出版时间：2008-1

出版时间：化学工业

作者：[美]H.斯通[Herbe

页数：296

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<感官评定实践>>

内容概要

《感官评定实践（原著第3版）》较全面而详细地介绍了感官评定的理论基础和方法以及在食品企业建立感官评定体系时易出现的问题。全书共九章，内容包括：感官评定导论、感官评定程序的组织和运行、感官评定的测量方法、测试的策略和实验的设计、差别型检验、描述型分析、偏好型试验、一些具体的问题和结束语。感官评定在食品工业中的应用日益广泛和深入，已成为食品科学的重要分支学科。《感官评定实践（原著第3版）》除可作为高等院校食品科学与工程学科的有关师生参考外，也可作为高等院校食品科学与工程学科的教材使用；还可供有关研究单位和企业高中级食品科技工作者参考。

<<感官评定实践>>

作者简介

H.斯通和J.L.西特在本书的第三版运用自己丰富的经验为读者列举了许多针对建立和管理感官程序的周全决策所必需的背景知识和常识。不仅如此，作者还在本书第三版中为我们提供了关于感觉信息在更大范围商业环境当中的最新应用情况。

<<感官评定实践>>

书籍目录

前言第一章 感官评定导论一、概述二、历史背景三、感官评定的发展四、感官评定的定义五、生理学及心理学观点第二章 感官评定程序的组织和运行一、概述二、组织一个感官评定程序（一）目的和研究主体（二）程序的策略（三）专业人员（四）实验设施（五）测试方法（六）选择测试人员（七）测试人员的筛选流程（八）测试人员的监控和激励（九）测试申请和报告（十）操作手册（十一）计划和研究三、结论第三章 感官评定的测量方法一、概述二、测量的组成：标度（一）命名标度（二）顺序标度（三）等距标度（四）比率标度三、优选的测量技术（一）快感标度（二）脸谱标度（三）恰当标度（四）其他一些有用的标度四、结论第四章 测试的策略和实验的设计一、概述二、测试申请和测试目的三、产品规格四、心理学误差（一）趋中误差（二）时序误差（三）期望误差（四）惯性误差和预期误差（五）刺激误差（六）逻辑性误差和容忍性误差（七）光环效应（八）近似误差（九）反差误差和趋同误差五、统计学范畴的注意事项（一）可信度和有效性（二）重复（三）判断的独立性和依赖性（四）测试者的随机挑选（五）决策过程中的风险：1类误差和2类误差（六）统计方法六、实验设计方面的注意事项七、产品设计精选第五章 差别型检验一、概述二、方法（一）成对比较检验（二）“二-三”点检验（三）三角检验（四）其他检验方法三、测试的组成（一）测试的组织和管理（二）测试申请（三）测试目的（四）测试规程（五）数据分析和结果判读（六）最小可觉差（辨差阈）四、一些特别的问题（一）要在差别检验之后进行偏好测试吗？（二）差异的强度（三）差异的描述五、总结第六章 描述型分析一、概述二、测试方法（一）风味剖面（二）质构剖面（三）描述定量分析（QDA法）（四）描述频谱分析（五）自选剖面（六）其他的测试方法和相关进展三、描述型分析的应用四、结论第七章 偏好型试验一、概述二、试验方法（一）成对比较（二）快感标度（三）其他一些方法三、测试人员四、接受度试验的类型（一）实验室型（二）中心地点型（三）一些特殊的中心地点型试验（四）家庭使用型（五）其他一些接受度试验五、一些具体的问题（一）差异-偏爱度试验（二）总数N带来的困扰（三）像小说一样的记分卡（四）多种偏爱度问题的提问方式（五）首先要问什么问题？六、结论第八章 一些具体的问题一、概述二、仪器-感官之间的关系三、专家和专家评定小组四、可感知的功效和广告宣传五、稳定性试验六、产品开发七、质量控制八、优化实验九、总结第九章 结束语一、概述二、教育和感官评定人员三、前景参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>