

<<食品感官评定>>

图书基本信息

书名：<<食品感官评定>>

13位ISBN编号：9787501953981

10位ISBN编号：7501953988

出版时间：2006-7

出版时间：轻工业出版社

作者：张晓鸣 编

页数：144

字数：180000

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>

<<食品感官评定>>

内容概要

感官评定方法在经济学上也非常有用。

感官评定可以确定商品的价值，甚至它的可接受性。

它可以帮助我们选择最合理的路线，得到最佳的价值价格比。

感官评定主要应用在质量控制、产品研究和开发方面。

感官评定不但在仪器的定位和评估中非常有用，在其他领域也有用处。

感官评定的基本功能就是进行有效、可靠的检验测试，为正确合理的决定提供依据。

食品感官评定的教科书在我国还不多，尤其缺少一本比较全面、系统地论述感官评定分析方法的书籍，为此，编者参阅了国外比较著名的教材和参考书，结合自己在我校本科生、研究生和留学生教学过程中的体会和经验编写了本书。

主要阐述了食品感官属性及其识别、感官评定条件的控制、影响感官评定的因素、食品感官评定分析方法等内容。

全书结合大量的应用实例，具体详细地介绍了感官评定的数据处理与结果分析方法。

本书可作为大专院校食品学科和相关学科感官评定课程的教科书，也可供食品专业技术人员、科研人员阅读，对于精细化工、医药、纺织等行业的产品研发、生产、管理和营销人员也有一定的参考价值。

。

<<食品感官评定>>

书籍目录

第一章 食品感官属性及其识别 第一节 食品感官属性的分类 一、外观 二、气味/香味/芳香
三、浓度、黏度与质构 四、风味 五、声音 第二节 识别途径 一、视觉 二、触觉
三、嗅觉 四、三叉神经感觉 五、味觉 六、听觉 第二章 感官评定条件的控制 第一节
感官评定环境的控制 一、感官评定室的发展 二、感官评定室的位置 三、感官评定室的设
计 四、环境设计的一般注意事项 第二节 感官评定样品的控制 一、常用设施 二、样品的
制备 三、样品的呈送 四、产品取样 第三节 感官鉴评员的控制 一、感官鉴评员的分类
二、感官鉴评员的筛选和培训 三、适合感官评定的时间 四、适合感官鉴评员的环境 第三章
影响感官评定的因素 第一节 生理因素 一、适应性 二、增强或抑制 第二节 心理因素
一、期望误差 二、习惯误差 三、刺激误差 四、逻辑误差 五、光圈效应 六、呈送
样品的顺序 七、相互抑制 八、缺少主动 九、极端与中庸 第三节 身体状况的影响 一
、疾病的影响 二、饥饿和睡眠的影响 三、年龄和性别的影响 第四章 阈值 第一节 定义 第
二节 阈值测定的应用 第五章 差异分析 第一节 总体差异试验 一、三角试验 二、五中取二试
验 三、二一三试验 四、简单差异试验 五、“A”-“非A”试验 六、差异对照试验
七、连续性试验 八、相似性试验 第二节 属性差异试验 一、两样品的成对比较试验 二
、两种以上样品的成对比较试验 三、多样品差异试验——随机(完全)分组设计 第六章 描述分析
及消费者感官检验 第一节 描述分析 一、概述 二、应用范围 三、描述分析的构成 四
、常用的描述分析方法 第二节 消费者感官检验 一、概述 二、感官检验的方法 三、感官
检验中的鉴评员 四、感官检验地点的选择 附表 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>