

<<感官分析技术应用指南>>

图书基本信息

书名：<<感官分析技术应用指南>>

13位ISBN编号：9787501983711

10位ISBN编号：7501983712

出版时间：2011-9

出版时间：中国轻工业出版社

作者：赵镭，刘文 编著

页数：199

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>

<<感官分析技术应用指南>>

内容概要

感官分析是唯一将人与产品、工厂与市场、产品与品牌、生存与享受紧密关联起来的分析技术。应用感官分析技术可以测知人感知的产品质量，了解人对产品的功能需求和情感需求(感官享受)，并根据产品质量的终极目标——“消费者满意”而针对性地进行产品设计、生产和营销。因此，感官分析技术贯穿在食品和其他消费品企业运行的各个环节，并直接关联着产品的市场接受注

。目前，感官分析技术已成为食品、化妆品、个人护理品、家用产品、香精香料、烟草、纺织品、汽车用品、运动产品等众多行业进行新产品开发、原料替换、产品改进、质量控制、消费者调查等方面的重要手段之一。

感官分析在我国具有悠久的历史，特别是在白酒、茶叶、烟草等传统嗜好性食品的生产、加工与流通管理中。

但是，我国感官分析科学技术总体上发展较为缓慢，基础相对较为薄弱，感官分析在很大程度上仍作为一种经验型技术而非科学分析型的技术予以应用。

为解决我国感官分析技术实际应用中的主要问题，提高我国感官分析规范化、科学化的水平，本书从实战角度，围绕感官分析实施过程中主要面临的技术方法理解与选用、影响因素把握与控制、评价员的选拔与培训、评价小组的建立与维护以及统计方法的快速入门与运用等关键具体需求，以图文并茂、理论与实践相结合的方式，相应地分为五章予以介绍。

每一章解决一类问题，并配以具体示例指导应用。

<<感官分析技术应用指南>>

书籍目录

- 第一章 感官分析技术与选择
 - 第一节 差别检验方法
 - 第二节 标度和类别检验方法
 - 第三节 描述性分析方法
 - 第四节 消费者接受性与偏爱测试方法
 - 第五节 感官分析技术方法的选择
- 第二章 感官分析的影响因素与控制
 - 第一节 感官分析师 / 评价小组组长(人)
 - 第二节 评价小组(机)
 - 第三节 样品的制备与提供(料)
 - 第四节 感官分析方法(法)
 - 第五节 感官分析实验室(环)
- 第三章 如何成为一名合格的评价员
 - 第一节 条件好——感官评价员的基本生理条件
 - 第二节 能力强——评价员的技术能力要求与升级
 - 第三节 知感官——人的感官与食品的感官特性
 - 第四节 有技巧——感官评价的实用技能
 - 第五节 善维护——评价员的日常注意事项
- 第四章 评价小组建立与维护
 - 第一节 为什么要建立评价小组
 - 第二节 如何建立评价小组
 - 第三节 如何维护评价小组
 - 第四节 如何评估评价小组的表现
- 第五章 感官分析中的统计方法
 - 第一节 异常值剔除
 - 第二节 感官分析中的基本统计方法
 - 第三节 感官分析中的复杂统计分析
 - 第四节 多元数据图表示法
- 附录
 - 附录1 二项式分布显著性检验表($\alpha=0.05$)
 - 附录2 分布临界值
 - 附录3 Friedman检验的临界值
 - 附录4 Spearman相关系数的临界值
 - 附录5 F布表
 - 附录6 方差齐次性检验的临界值
- 参考文献

<<感官分析技术应用指南>>

编辑推荐

《感官分析技术应用指南》从实战角度，围绕感官分析实施过程中主要面临的技术方法理解与选用、影响因素把握与控制、评价员的选拔与培训、评价小组的建立与维护以及统计方法的快速入门与运用等关键具体需求，以图文并茂、理论与实践相结合的方式，相应地分为五章予以介绍。每一章解决一类问题，并配以具体示例指导应用。

《感官分析技术应用指南》作为一本应用指南，不同于感官分析科学教材偏重于系统性、理论性地介绍一门学科，而是偏重于从实际操作层面介绍感官分析技术的基础知识与实施应用，可作为感官分析师、评价员学习提高的专用教材，亦可为相关研究及从业人员的参考书与实用手册。

<<感官分析技术应用指南>>

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>