

《食品感官评价原理与技术》

图书基本信息

书名：《食品感官评价原理与技术》

13位ISBN编号：9787501926022

10位ISBN编号：7501926026

出版时间：2004-9

出版社：中国轻工业出版社

作者：[美]Harry T.Lawless,[美]Hildegarde Heymann

页数：590

译者：王栋

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《食品感官评价原理与技术》

内容概要

本书内容包括概论，感官作用的生理和心理学基础，良好的实践原则，区别检验，区别理论及前沿话题等共19个单元。

书籍目录

- 1 概论
 - 1.1 定义与焦点
 - 1.2 历史的里程碑及三类检验方法
 - 1.3 中心原则——分析与快感检验
 - 1.4 应用：为何惧感官数据
 - 1.5 与其他研究方法的区别
- 2 感官作用的生理和心理学基础
 - 2.1 经典的感官检验和心理学方法
 - 2.2 味觉的解剖学、生理学及功能
 - 2.3 嗅觉的解剖学、生理学及功能
 - 2.4 三叉神经的风味官能
 - 2.5 感官的相互作用
- 3 良好的实践原则
 - 3.1 感官检验的环境
 - 3.2 检验方案注意事项
 - 3.3 图表与分析——数据输入系统
 - 3.4 结论
- 4 区别检验
 - 4.1 区别检验的类型
 - 4.2 所谓的强与弱
 - 4.3 数据分析
 - 4.4 二项式分布与表格
 - 4.5 要点
- 5 区别理论及前沿话题
 - 5.1 信号检测理论
 - 5.2 选择检验的塞斯通（Thurstonian）模型
 - 5.3 利用R指数应用于食品的信号检测
 - 5.4 猜测模型与区别理论
 - 5.5 估计区别检验中的样本大小
- 6 感官阈值的测定
 - 6.1 前言：阈概念的提出
 - 6.2 经验阈值：概念、要点及问题
 - 6.3 实践方法：额定差别法，适应法，信号检测
 - 6.4 其他方法：额定差别法，适应法，信号检测
 - 6.5 稀释分析和气味单位
- 7 标度
 - 7.1 数字对感官的实际应用
 - 7.2 常用标度方法
 - 7.3 一些变化形式——其他标度技术
 - 7.4 方法比较：什么是一种好的标度
 - 7.5 实践方针
- 8 时间-强度方法
 - 8.1 研究方法及其优点
 - 8.2 时间-强度方法简史
 - 8.3 实例与应用
 - 8.4 数据分析问题
 - 8.5 问题和仍存在的疑问

- 9 感官判断中的前后效应和偏差
 - 9.1 评估标度的相对性质
 - 9.2 简单的对比和适应水平
 - 9.3 范围频率理论
 - 9.4 Poulton的偏差分类
 - 9.5 反应限制的光环效应和错误增强
- 10 描述分析
 - 10.1 描述分析的使用
 - 10.2 语言和描述分析
 - 10.3 描述分析技术
- 11 质地评价
 - 11.1 质地的定义
 - 11.2 听觉、视觉和触觉质地
 - 11.3 感官质地测定
 - 11.4 质地剖面分析
 - 11.5 仪器质地测定与感官相关性
- 12 颜色和外观
 - 12.1 什么是颜色
 - 12.2 视觉
 - 12.3 外观和颜色属性的测定
 - 12.4 仪器颜色测定
 - 12.5 结论
- 13 接受性和偏爱检验
 - 13.1 消费者感官评价
 - 13.2 偏爱检验
 - 13.3 接受性检验——快感标度
 - 13.4 接受性的变化类型
 - 13.5 评价小组员的资格
- 14 消费者领域检验和问卷设计
 - 14.1 目标：感官检验与概念检验
 - 14.2 检验场景：集中场所，家庭使用
 - 14.3 家庭合作检验的实际操作
 - 14.4 感官质量与场所服务的相互影响
 - 14.5 问卷设计
- 15 定性的消费者研究方法
 - 15.1 前言
 - 15.2 焦点小组的性质
 - 15.3 在感官评价中的使用焦点小组
 - 15.4 指导焦点小组研究
 - 15.5 主持中的问题
- 16 质量控制中的感官评价
 - 16.1 目标与挑战
 - 16.2 项目开发与管理问题
 - 16.3 感官质量控制系统的特特点
 - 16.4 感官质量控制方法
 - 16.5 良好实践的重要性
- 17 数据关联和多变量应用
 - 17.1 前言
 - 17.2 多变量统计技术概况

- 17.3 相关消费者和描述数据
- 17.4 结论
- 18 策略研究
 - 18.1 前言
 - 18.2 类目评论
 - 18.3 感性作图与机会确认
 - 18.4 消费者接触
 - 18.5 结论
- 19 感官原理与实践总览
 - 19.1 感官检验中的一般注意事项
 - 19.2 感官检验中的约50条经验法则
 - 19.3 感官评价程序的流程图
 - 19.4 工业生产和学术研究中的感官评价
 - 19.5 结论
- 附录1 感官评价中的基本统计概念
 - A1.1 前言
 - A1.2 基本统计概念
 - A1.3 假设检验与统计推论
 - A1.4 t检验的类型
 - A1.5 对感官数据非独立t检验的敏感度
- 附录 非参数与基于二项式的统计法
 - A .1 非参数检验简介
 - A .2 比例二项式检验
 - A .3 卡方 (χ^2)
 - A .4 麦克纳马 (McNemar) 检验
 - A .5 实用的等级排序检验
- 附录 方差分析
 - A .1 前方
 - A .2 基本的方差分析原理和实例
 - A .3 混沌的间隙
 - A .4 多因素方差分析和线性模型概念
 - A .5 完全分块设计的方差分析与评价小组成员方差的分割
- 附录 相关性、回归与相关性度量
 - A .1 前言
 - A .2 相关性
 - A .3 线性回归
 - A .4 多元线性回归
 - A .5 其他相关性度量
- 附录 统计的检验力与检验的敏感性
 - A .1 前言
 - A .2 影响统计检验力的因素
 - A .3 实例
 - A .4 简单的区别检验与偏爱检验中的检验力
 - A .5 概要与结论
- 附录 统计表
- 附录 区别检验的二项式概率
- 附录 完全分块方差分析
- 词汇表
- 附加参考文献

《食品感官评价原理与技术》

《食品感官评价原理与技术》

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：www.tushu000.com