

SPIS TREŚCI

| | |
|---|----|
| WSTĘP | 5 |
| Część pierwsza | |
| ROLA ZMYŚLÓW W OCENIE SENSORYZCZNEJ | 7 |
| Rola analizy sensorycznej w ocenie jakości żywności | 9 |
| Funkcjonowanie aparatu zmysłów | 11 |
| 2.1. Charakterystyka podstawowych pojęć | 11 |
| 2.1.1. Czynniki wpływające na wrażliwość sensoryczną | 13 |
| 2.2. Wybór i szkolenie oceniających..... | 14 |
| 3. Charakterystyka zmysłów | 16 |
| 3.1. Zmysł wzroku | 16 |
| 3.2. Zmysł węchu | 20 |
| 3.3. Zmysł czucia | 23 |
| 3.4. Zmysł smaku | 27 |
| Część druga | |
| METODY BADAŃ STOSOWANE W ANALIZIE SENSORYZCZNEJ ... | 35 |
| 1. Analityczne metody laboratoryjne | 37 |
| 1.1. Metody dyskryminacyjne | 37 |
| 1.1.1. Metody oznaczania wartości progowych | 37 |
| 1.1.2. Metody wykrywania różnic | 39 |
| 1.2. Metody ilościowe | 45 |
| 1.2.1. Metoda wielokrotnych porównań | 45 |
| 1.2.2. Metody skalowania | 46 |
| 1.2.3. Określenie zmian w czasie – metoda <i>Time-Intensity</i> | 53 |
| 1.3. Metody jakościowe..... | 55 |
| 1.3.1. Metody jakościowo-ilościowe. Profilowanie smakowitości | 55 |
| 1.4. Metody specjalne..... | 59 |
| 1.4.1. Metoda rozcieńczeń..... | 59 |
| 1.4.2. Wskaźnik rozcieńczenia „N” | 60 |
| 1.4.3. Wskaźnik słoności | 60 |
| 1.4.4. Profilogramy rozcieńczenia | 61 |

| | Strona |
|--|--------|
| 2. Metody afektywne | 62 |
| 2.1. Konsumentcka ocena jakości | 62 |
| 2.1.1. Preferencje | 64 |
| 2.1.2. Akceptacja | 68 |
| 2.1.3. Spożycie | 69 |
| 2.2. Warunki przeprowadzania badań konsumenckich | 71 |
| Część trzecia | |
| ĆWICZENIA PRAKTYCZNE | 73 |
| Ćwiczenie 1. Zmysł wzroku..... | 75 |
| Ćwiczenie 2. Zmysł czucia | 83 |
| Ćwiczenie 3. Zmysł węchu | 89 |
| Ćwiczenie 4. Zmysł smaku. Część I: smak słodki i gorzki..... | 99 |
| Ćwiczenie 5. Zmysł smaku. Część II: smak słony i metaliczny..... | 107 |
| Ćwiczenie 6. Zmysł smaku. Część III: smak kwaśny i umami | 111 |
| Ćwiczenie 7. Metody wykrywania różnic jakościowych..... | 114 |
| Ćwiczenie 8. Metoda kolejności. Metoda wielokrotnych porównań..... | 119 |
| Ćwiczenie 9. Metody punktowe | 125 |
| Ćwiczenie 10. Metoda <i>Time-Intensity</i> | 136 |
| Ćwiczenie 11. Metoda profilowania..... | 139 |
| Ćwiczenie 12. Metody specjalne..... | 144 |
| Ćwiczenie 13. Konsumentcka ocena produktów..... | 148 |
| Ćwiczenie 14. Projektowanie sensorycznego badania produktów | 152 |
| Tablice statystyczne | 153 |
| Bibliografia | 159 |