

<<化工商品学>>

图书基本信息

书名：<<化工商品学>>

13位ISBN编号：9787122088116

10位ISBN编号：7122088111

出版时间：2010-8

出版时间：化学工业出版社

作者：童孟良 编

页数：215

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>

<<化工商品学>>

前言

商品学作为一门独立的学科已经诞生几十年，并形成了若干观点和流派，但从总体上考察，商品学作为一门学科或学科群，仍然处在不断丰富、发展；不断分化、融合的过程中。

商品学的发展是现代市场经济发展的必然产物。

随着社会主义市场经济体制改革的深入，经济产业结构的调整，尤其随着高职高专教育投资导向、运行体制、培养模式的改革和深入，以及企业生产经营和服务一线对高技能应用型专门人才的扩大需求，专业商品学——商品学的子学科正在陆续诞生并取得发展，也在社会实践中得到了丰富的检验和广泛认同。

编者所在院校以化工专业为特色发展专业，以课程改革作为教育教学改革的重点，以提升学生在化工行业的就业能力作为学校工作的基本指针。

根据编者多年从事高职高专商品学讲授的经验，深感编著一部高职高专化工营销及与化工产业相关专业的教材——《化工商品学》，对形成学校教育教学特色、达成培养目标、实现学生零距离上岗，具有重要的现实意义。

本教材以化工商品质量为中心，适度地论述了化工商品学研究的对象，化工商品的价值与使用价值，化工商品的质量、检验、包装、仓储、新产品开发等理论和技术性问题，着重介绍了各大类化工商品的组成、性能特点、鉴别评价、采购仓储、安全环保等实用知识和技能内容。

为了使本书适应高职高专培养目标要求以及本校特色教育培养目标要求，强化学生综合职业能力的培养、基础理论知识的奠基和创新能力的提高，本书在编写上以“理论上简明扼要、深入浅出，实务上贴近实战、便于操作”为指导思想，体现了高职化工专业特色。

本书不仅可作为高职高专化工类营销及相关专业的教材，也可供相关经济管理类专业和实业界人士参考。

本书由湖南化工职业技术学院童孟良主编，湖南化工职业技术学院王罗强、天津石油职业技术学院吴勇参编。

童孟良、吴勇编写了第一～第五章，王罗强编写了第六～第九章，李平辉主审。

本书在编写过程中参阅了大量文献资料，得到了湖南化工职业技术学院领导和专家的大力支持和帮助，在此一并表示谢意！

化工商品学是一门涉及面较广、实践性较强的综合性课程，我们所作的编撰工作仅是一次有益的尝试，难免有不妥之处，敬请同行指教与匡正！

<<化工商品学>>

内容概要

本教材以化工商品质量为中心，论述了化工商品学研究的对象，化工商品的价值与使用价值，化工商品的质量、检验、包装、仓储、新产品开发等理论和技术性问题，着重介绍了各大类化工商品的组成、性能特点、鉴别评价、采购仓储、安全环保等实用知识和技能内容。

本书在编写上以“理论上简明扼要、深入浅出，实务上贴近实战、便于操作”为指导思想，体现了高职化工专业特色。

本书不仅可作为高职高专化工类营销及相关专业的教材，也可供相关经济管理类专业和实业界人士参考。

<<化工商品学>>

书籍目录

第一章 化工商品学导论 第一节 化工商品学的研究对象与任务 一、商品及其属性 二、化工商品学的研究对象 三、化工商品学的研究任务 第二节 化工商品学的研究内容 第三节 化工商品学的研究方法 一、科学实验法 二、技术指标法 三、对比分析法 思考题 第二章 化工原材料 第一节 无机酸、碱类及无机盐类化工原料 一、硫酸、硝酸、盐酸 二、烧碱、纯碱 三、常用的几种盐类化工原料 第二节 其他无机化工原料 一、液氯 二、钛白粉 三、氧化锌 四、电石 第三节 基本有机化工原料 一、“三苯” 二、萘 第四节 重要有机化工原料 一、甲醇、丁醇 二、甲醛、丙酮 三、醋酸 四、苯酚 思考题 第三章 精细化学品 第一节 概述 一、精细化学品概念、特点及分类 二、精细化工生产的特点 三、精细化工的经济特性 四、精细化工在国民经济中的作用及发展趋势 第二节 表面活性剂 一、表面活性剂与表面张力 二、表面活性剂分子在表面上的定向排列 三、表面活性剂的分类 四、表面活性剂的物化性质 五、表面活性剂的作用性能 六、表面活性剂性质的应用 第三节 涂料 一、概述 二、涂料的基本作用原理 三、按剂型分类的重要涂料 四、按成膜物质分类的重要涂料 第四节 黏合剂 一、胶黏剂的组成 二、胶黏剂的分类 三、胶黏剂的应用 四、胶接的基本原理与工艺 五、常用合成胶黏剂 第五节 食品添加剂 一、食品添加剂的定义及分类 二、食品生产过程中使用的添加剂 三、提高食品品质的添加剂 第六节 农药 一、农药的分类 二、农药的重要质量指标 三、常用农药的性质和鉴别 思考题 第四章 高分子材料 第一节 高分子材料基础 一、高分子化合物的含义 二、高分子化合物的分类 三、高分子化合物的命名 四、高分子化合物的性能 五、高分子化合物的合成 第二节 合成树脂与塑料 一、概述 二、通用塑料 三、工程塑料 四、特种塑料及新材料 第三节 合成橡胶及其制品 一、概述 二、天然橡胶 三、合成橡胶 四、再生橡胶 五、橡胶制品基本生产工艺 第四节 合成纤维 一、概述 二、聚酰胺纤维 三、聚酯纤维 四、聚丙烯腈纤维 五、聚乙烯醇纤维 思考题 第五章 危险化学品 第一节 自燃与易燃性物品 一、燃烧的条件 二、自燃物品 三、遇湿易燃物品 四、易燃液体 五、易燃固体 第二节 氧化剂、压缩气体与液化气体 一、氧化剂的特性 二、氧化剂的分类 三、压缩气体和液化气体 第三节 爆炸性物品 一、爆炸品 二、爆炸性物品的特性 三、影响爆炸物爆炸的外界因素 四、爆炸性物品的分类 五、民用爆破炸药 第四节 毒性、腐蚀性与放射性物品 一、毒害性物品 二、腐蚀性物品 三、放射性物品 思考题 第六章 化工商品标准与质量管理 第一节 化工商品标准 一、化工商品标准的含义与构成 二、化工商品标准的分级 第二节 化工商品的质量管理 一、商品质量概念 二、化工商品质量概念 三、影响化工商品质量的因素 四、化工商品质量管理与质量认证 五、主要发达国家在国际贸易中的技术壁垒状况 【案例分析】 思考题 第七章 化工商品的检验 第一节 化工商品的检验概述 一、化工商品检验概念 二、化工商品检验形式 三、化工商品检验内容 第二节 化工商品的检验方法 一、化工商品抽样 二、化工商品检验方法 第三节 化工商品质量评价与管理 一、化工商品分级 二、化工商品质量标志 三、化工商品质量评价 四、流通领域的化工商品质量管理 五、商品质量监督 【案例分析】 思考题 第八章 化工商品的包装、储运和养护 第一节 化工商品的包装 一、商品包装的概念 二、商品包装的作用 三、化工商品包装的种类与包装材料 四、化工商品包装材料 第二节 化工商品的储存 一、商品储存的作用 二、化工商品储存的基本要求 第三节 化工商品的运输质量管理 一、商品运输的意义 二、合理选择运输工具 三、严格消防管理 四、严格装运制度 第四节 化工商品的养护 一、化工商品养护及其重要性 二、化工商品储存期间的质变因素 三、仓库温湿度管理 四、仓储化工商品养护措施 【案例分析】 思考题 第九章 化工新产品开发 第一节 概述 一、新产品概念 二、新产品开发方式 第二节 化工新产品开发程序 一、寻求创意 二、甄别创意 三、形成产品概念 四、制订市场营销战略 五、营业分析 六、产品开发 七、市场试销 八、批量上市 第三节 化工新产品开发策略 一、技术领先策略 二、大众化产品策略 三、引进技术产品策略 四、新、小、短、快产品策略 五、竞争性产品开发策略 第四节 新产品开发管理及策略 一、产品市场寿命周期策略 二、新产品保护策略 三、新产品多样化与简化策略 四、新产品开发评价策略 【案例分析】 思考题 参考文献

章节摘录

第一章化工商品学导论第一节化工商品学的研究对象与任务 一、商品及其属性 商品是指用来交换，并能满足人们和社会某种消费需要的劳动产品。

(1) 商品是劳动的产物商品首先是劳动的产物。商品是由人们的劳动创造出来的，这种产物可以是有形的，也可以是无形的。有形商品通常是需要人们经过设计、加工、制作等一系列劳动而产生出来的有形物品或产品。这里特别强调指出，它必须是经过劳动而获得的。

(2) 商品能满足人们和社会的某种需要商品能满足人们和社会的某种需要是指商品的使用价值，即商品的有用性。马克思指出：物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的，它决定于商品体的属性，离开商品体就不存在了。所以，使用价值是由商品本身能满足人们某种需要的属性所形成的。商品体的属性包含商品的自然属性和商品的社会属性两部分。商品的自然属性主要形成人们的明确需要，商品的社会属性则主要形成了人们的隐含需要，如心理上、精神上、感情上的需要等。商品如果不能满足人们的明确需要和隐含需要就失去了使用价值。失去了使用价值的劳动产品，如废弃、假冒等劳动产品，也不能算做商品。

(3) 商品必须用于交换为自己消费而生产的产品不是商品，为他人生产的产品，如不经交换也不是商品。

因为这类劳动产品，只有使用价值而无价值，不能体现货币形式。商品是供他人或社会消费，而不是供生产者或经营者自身消费的劳动产品。商品必须是通过交换而到达别人手中的劳动产品，也就是说商品必须用于交换。商品交换是在一定经济条件下产生和存在的历史范畴，是社会分工和产品属于不同所有者的结果。

二、化工商品学的研究对象 商品学是研究商品使用价值及其变化规律的科学。商品的使用价值是由商品体本身的属性所形成的。商品使用价值是指商品满足人们和社会需要的效用，即有用性。商品的使用价值对于不同的对象，其含义不同，是一个相对的概念。商品自然属性构成了使用价值的物质基础，是商品使用价值形成和实现的重要依据和必备条件。商品社会属性（除商品价值之外）构成了使用价值的社会基础，是社会需要和市场交换需要必不可少的组成部分，是商品使用价值实现的必要条件。

化工商品学研究商品的自然属性包括：商品的功能、性能、性质、成分、结构等。不同效用的化工商品，有着不同的用途、使用方法和使用条件，与此相关的各种属性综合构成了自然属性的商品质量。

<<化工商品学>>

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>