

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОЦЕНКА ДОСТОВЕРНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ .....	5
1.1. Базовые понятия и определения.....	5
1.2. Основные методы оценки достоверности рекламной информации .....	8
1.3. Информационный обратный инжиниринг как метод инженерно-технического анализа рекламных материалов.....	10
1.4. Укрупненный алгоритм информационного обратного инжиниринга.....	13
1.4.1. Особенности сбора и первичной обработки информации из некоторых источников.....	16
1.4.2. Структурирование и классификация информации. Метод контент-анализа.....	21
1.4.3. Определение значимых потребительских параметров .....	23
1.4.4. Предварительная оценка достоверности информации.....	26
1.4.5. Оценка достоверности технической информации ранжированием информационных источников.....	31
1.4.6. Окончательная оценка достоверности информации .....	35
Контрольные вопросы.....	36
2. ПРОГРАММНЫЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА МОДЕЛИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ РАКЕТНЫХ СИСТЕМ .....	37
2.1. Общая характеристика пакета прикладных программ САПР РБ .....	37
2.2. Использование ППП САПР РБ в качестве адекватной модели.....	40
2.3. Оценка габаритно-массовых характеристик ракетных систем с использованием их изображений.....	42
Контрольные вопросы.....	48
3. ПРИМЕРЫ ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПО ОТЕЧЕСТВЕННЫМ И ЗАРУБЕЖНЫМ РАКЕТНЫМ СИСТЕМАМ .....	48
3.1. Баллистическая ракета РТ-23 УТТХ.....	49
3.2. Баллистическая ракета малой дальности «Ланс» .....	58
3.3. Ракета-носитель «Восток» .....	61
3.4. Оценка достоверности источника информации методом ранжирования...	72
3.5. Перспективный носитель космических аппаратов «Ротон» .....	73
4. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗЦОВ РАКЕТНОЙ ТЕХНИКИ .....	78
4.1. Экспресс-анализ конкурентоспособности переносного зенитного ракетного комплекса.....	78
4.2. Построение конкурентных диапазонов значимых потребительских параметров для противотанковых ракет.....	82
4.3. Сравнительная оценка вариантов конкурирующих образцов методом анализа иерархий.....	90
Библиографический список.....	92