**Огляд наукової літератури**

Огляд наукової літератури зазвичай робиться за такою схемою.

У першій частині дається коротка характеристика теми, розкривається її значення, важливість. Після цього необхідно коротко охарактеризувати літературу, що розглядається, і зробити певні висновки.

Послідовність написання огляду літератури:

1. Прочитати зміст і поверхово переглянути роботу.

2. Виділити найважливіші частини тексту під час уважного прочитання джерела.

3. Скласти тезовий план прочитаного матеріалу, у пунктах якого зазначити найважливіші думки та ідеї.

4. Виписати з тексту повні та змістовні цитати з точними посиланнями на джерело, вказавши його вихідні дані.

5. Порівняти дану інформації з тією, що одержана з інших джерел.

6. Оформити всю одержану інформацію в єдиний текст, критично оцінивши прочитане.

Всі літературні джерела, на які є посилання в огляді, повинні бути включені в перелік посилань і пронумеровані. У курсовій роботі треба робити посилання, яке містить тільки номер публікації за списком. Воно береться у квадратні дужки. Наприклад: [12], [15], [1-5], [5,12, 15].

Наприкінці «Огляду літератури» доцільно зробити висновки. Вони необхідні для порівняння з результатами власного дослідження.

Нижче наведено приклад огляду літератури в дипломі, на прикладі теми «PR-супровід ребрендингу». «*Говорячи про ступінь вивченості проблеми, з упевненістю констатувати, що* ребрендинг *вивчений і представлений в теоретичній і практичній літературі досить широко*. *Практично в кожній праці, присвяченій* брендінгу і бренд-менеджменту, *велика увага приділяється* ребрендингу. *Базовими роботами на цю тему можна назвати* «Позиціонування. Битва за впізнаваність »Джека Траута і Ела Райса,« Бренд назавжди. Створення, розвиток, підтримка цінності бренду »Жана-Ноеля Капферером,« 22 закону створення бренду »Ела Райса,« Залучення в бренд. Як змусити покупця працювати на компанію », автор Алекс Віпперфюрт,« Системний бренд-менеджмент »Грошева І. В. та Краснослободцева А. А.,« Бренд-інтегрований менеджмент »Тульчинського Г. Л. Терентьєвої В. І. інших. Однак не можна не відзначити, що питання PR-супроводу ребрендингу в даних працях тільки згадується. Те ж саме можна сказати щодо статей на тему ребрендингу. Використання методів, інструментів і технологій PR у ребрендингу порівняно системно викладено, мабуть, лише в роботі Овчинниковой О. Г. «Ребрендинг».

Ще один приклад огляду наукових джерел.

Джерельна база дослідження складається, переважно, з наукових та навчальних документів з комерційного та некомерційного напрямів інформаційної діяльності, яка стала сьогодні важливим сектором економіки. Аналізувалися також довідкові, виробничо-практичні публікації, повністю або частково присвячені досліджуваним питанням [7,11, 18,34,38].

Використано праці вітчизняних і зарубіжних авторів, опубліковані в період з кінця XX ст. до теперішнього часу українською та російською мовами [5, 14, 17, 28].

Дослідження проблем розвитку інформаційної сфери та її структури знайшли відображення у працях Ф. Махлупа (автора концепції індустрії знань) [19], М. Порета (вдосконалив концепцію інформаційної економіки та розробив методологію її всебічного аналізу) [22], П. А. Страссмана (увів поняття "інформаційна робота"), Е. Тоффлера (назвав третій етап розвитку людства інформаційним) [ЗО].

Сьогодні особливого значення набувають інформаційні технології, без яких неможливо уявити сучасний розвиток виробництва, управління, науки, бізнесу [15, 20]. На розвиток підприємницької діяльності в інформаційній сфері суттєво вплинуло сприйняття інформаційного бізнесу як важливої складової комплексу організаційно-економічних заходів для адаптації економіки нашої держави до сучасного світового, економічного, політичного, правового й соціально-культурного середовища [8,12, 21].

Усі роботи аналізуються в контексті розвитку уявлень про сучасний стан та перспективи розвитку інформаційного бізнесу в Україні.

На жаль, достатньо простого прикладу з питань проектування програмного забезпечення знайти не вдалось. Щодо наданих прикладів потрібно зауважити:

1. Зверніть увагу на стиль подання матеріалу. Майже у всіх проектування, ця тема достатньо розроблена.
2. Базові джерела надаються в списку рекомендованої літератури з програмної інженерії. Послідовність написання огляду літератури надана вище, за цим планом зробіть короткий огляд відповідно до Вашої тематики.
3. Якщо Ви використовували джерела стосовно тематики курсової, то їх теж доцільно включити до огляду.

Приклад непоганого огляду з попередніх курсових робіт.

Джерельна база дослідження складається, переважно, з наукових праць вчених в галузі програмної інженерії, яка є сьогодні ключовою галуззю.

Дослідження процесу інформаційно-пошукової системи, її структури, складових частин знайшли відображення у працях І. Соммервіллема (автора книги «Інженерія програмного забезпечення) [14], В. Коцовського (розкрив поняття архітектури життєвого циклу програмного забезпечення, описав моделі життєвого циклу ПЗ та визначив особливості та необхідність супроводу ПЗ в книзі «Супровід програмних систем») [22] Г. В. Табунщика (визначив фази проектування ПЗ та необхідні процеси пов’язані з кожною фазою)[15].

Стан і потреби сучасної бібліотечної справи детально розглядаються в статті Анастасії Куркіної «Бібліотека – це тисячі книжок, журналів і бібліотек»[19]. З погляду на надані відомості розглядалися можливості подальшого розвитку ПЗ і, відповідно, з цією перспективою проводилась розробка.

Отже, наведені праці допоможуть краще розібратися з процесом проектування інформаційно-пошукової системи «Електронна бібліотека».