

COURSEWARE

ITIL® 4 Foundation Courseware

- Nederlands



ITIL® 4 Foundation
Courseware - Nederlands

Colofon

Titel:	ITIL® 4 Foundation Courseware – Nederlands
Auteur:	Van Haren Learning Solutions A.O.
Vertaling:	Maarten Bordewijk
Reviewers:	Wilko van den Engh Karel Hoster Theo Wanders
Uitgever:	Van Haren Publishing, 's-Hertogenbosch
ISBN Hard copy:	978 940 180 460 8
Druk:	Eerste editie, eerste druk, Juni, 2019 Tweede editie, eerste druk, Februari, 2020
Vormgeving:	Van Haren Publishing, 's-Hertogenbosch
Copyright:	© Van Haren Publishing 2020

Voor meer informatie over Van Haren Publishing, e-mail naar: info@vanharen.net of bezoek onze website: www.vanharen.net

This material is based on AXELOS ITIL® material. Material is reproduced under licence from AXELOS
All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced in any form by print, photo print, microfilm or any other means without written permission by the publisher.

Although this publication has been composed with much care, neither author, nor editor, nor publisher can accept any liability for damage caused by possible errors and/or incompleteness in this publication.

Material in this document has been sourced from ITIL®4 – Pocket Guide.

No part of this document may be reproduced in any form without the written permission of both Van Haren Publishing and AXELOS Limited. Permission can be requested at info@vanharen.net and licensing@AXELOS.com.

Over dit Courseware

Dit Courseware is gemaakt met industrie experts die hebben gefungeerd als de auteur(s) voor deze publicatie. De input voor het materiaal bestaat uit bestaande publicaties en de ervaring en expertise van de auteur(s). Het materiaal is herzien door trainers die ook met dit materiaal werken. Er is tevens nauwlettend gekeken naar Key Learning Points, welke beheerst moeten worden met betrekking tot de standaard.

Het doel van het courseware is om de trainer en cursist maximaal te ondersteunen bij zijn of haar training. Het materiaal is modulair opgebouwd, deze structuur heeft een maximaal slagingspercentage volgens de auteur(s) indien de cursist kiest voor examinering. Het Courseware is om deze reden ook geaccrediteerd, indien mogelijk.

Om aan een dergelijke accreditatie te voldoen moet het materiaal aan bepaalde kwaliteitseisen voldoen. Tevens de opbouw, het gebruik van bepaalde termen, afbeeldingen en verwijzingen zijn allen onderdeel van deze accreditatie. Daarnaast moet het materiaal per cursist beschikbaar worden gesteld om de accreditatie te verkrijgen. Om de trainer en deelnemer van de training optimaal te ondersteunen in de beheersing van de theorie, zijn er oefenexamens, opdrachten en uitwerkingen toegevoegd aan het materiaal.

Er wordt ook zeer regelmatig in de sheets exact verwezen naar de geadviseerde literatuur, waarin de cursist additionele informatie kan vinden van een bepaald onderwerp. Er is gekozen om geen notitiepagina's aan het Courseware toe te voegen, zodat de gelegenheid wordt geboden om overal in het materiaal aantekeningen te maken.

Het courseware is compleet, het is mogelijk dat de trainer in zijn verhaal afwijkt van de opbouw van de sheets of niet alle sheets of opdrachten behandelt. De cursist heeft altijd zelf de mogelijkheid deze onderwerpen in eigen tijd nogmaals door te nemen. Hiervoor kan de structuur van het courseware en publicaties gevolgd worden voor een maximale voorbereiding op het examen.

Het courseware en de geadviseerde literatuur zijn de perfecte combinatie om de theorie te leren en te begrijpen.

Other publications by Van Haren Publishing

Van Haren Publishing (VHP) specializes in titles on Best Practices, methods and standards within four domains:

- IT and IT Management
- Architecture (Enterprise and IT)
- Business Management and
- Project Management

Van Haren Publishing is also publishing on behalf of leading organizations and companies: ASLBiSL Foundation, BRMI, CA, Centre Henri Tudor, Gaming Works, IACCM, IAOP, IFDC, Innovation Value Institute, IPMA-NL, ITSqc, NAF, KNVI, PMI-NL, PON, The Open Group, The SOX Institute.

Topics are (per domain):

IT and IT Management

ABC of ICT
ASL®
CATS CM®
CMMI®
COBIT®
e-CF
ISO/IEC 20000
ISO/IEC 27001/27002
ISPL
IT4IT®
IT-CMF™
IT Service CMM
ITIL®
MOF
MSF
SABSA
SAF
SIAM™
TRIM
VeriSM™

Enterprise Architecture

ArchiMate®
GEA®
Novius Architectuur
Methode
TOGAF®

Business Management

BABOK® Guide
BiSL® and BiSL® Next
BRMBOK™
BTF
EFQM
eSCM
IACCM
ISA-95
ISO 9000/9001
OPBOK
SixSigma
SOX
SqEME®

Project Management

A4-Projectmanagement
DSDM/Atern
ICB / NCB
ISO 21500
MINCE®
M_o_R®
MSP®
P3O®
PMBOK® Guide
Praxis®
PRINCE2®

For the latest information on VHP publications, visit our website: www.vanharen.net.

Inhoudsopgave

	<i>--- Diaanummer</i>	<i>--- Paginaanummer</i>
Zelfreflectie		7
Agenda		9
Introductie	(1)	11
Belangrijkste Concepten van Service Management	(9)	15
Producten en services	(12)	16
Waardecreatie	(14)	17
Belangrijke stakeholders	(16)	18
Servicerelaties	(18)	19
Onderscheid output en eindresultaat	(20)	20
Samenvatting en vragen	(24)	22
Vier dimensies van service management	(30)	25
Organisatie en mensen	(32)	26
Informatie en technologie	(33)	27
Partners en toeleveranciers	(39)	30
Waardestromen en processen	(42)	31
Externe factoren	(45)	33
Samenvatting en vragen	(46)	33
Het ITIL Servicewaardesysteem	(50)	35
Samenvatting en vragen	(59)	40
Service Waardeketen	(62)	41
Samenvatting en vragen	(74)	47
ITIL-Richtinggevendeprincipes	(79)	50
Concentreer op Waarde	(88)	54
Begin waar je bent	(92)	56
Maak iteratieve voortgang met feedback	(96)	58
Werk samen en bevorder zichtbaarheid	(100)	60
Optimaliseer en automatiseer	(112)	66
Samenvatting en vragen	(116)	69

 Servicemanagement practices	(122)	71
ITIL managementpractices	(123)	72
Samenvatting en vragen	(161)	90
Algemene en technische managementpractices	(167)	94
Summary & Practice Questions	(182)	101
Opdrachten		
1. Belangrijke concepten van servicemanagement		106
2. Belangrijke concepten uit ITIL		110
3. ITIL practices		114
4. Casus – waardestromen en processen		119
Voorbeeldexamen 1		
Voorbeeldexamen 1 Antwoorden en onderbouwing		121
Voorbeeldexamen 2		
Voorbeeldexamen 2 Antwoorden en onderbouwing		133
Syllabus		
Glossary		157
		168
		190
		195

Diagram Zelfreflectie op begrip

Met deze diagram kun je je kennis en begrip van het materiaal evalueren. Vul hem in om te kijken hoe je ervoor staat. Om voor het examen te slagen zou je ernaar moeten streven om in het bovenste gedeelte van niveau 3 uit te komen. Wil je echt een pro worden? Richt je pijlen dan op niveau 4. Je algemene niveau van begrip zal natuurlijk de leercurve volgen. Daarom is het belangrijk dat je op ieder moment van de training weet waar je zit in het diagram en dat je aandacht besteedt aan de knelpunten. Op basis van je positie in de diagram Zelfreflectie op begrip, kun je de voortgang van je eigen training evalueren.

<i>Niveau van begrip</i>	<i>Voor de training (voorkennis)</i>	<i>Training Deel 1 (1^{ste} helft)</i>	<i>Training Deel 2 (2^{de} helft)</i>	<i>Nadat je het boek hebt doorgenomen en hebt gestudeerd</i>	<i>Nadat je de oefeningen en het proefexamen gemaakt hebt</i>
<i>Niveau 4 Ik kan de inhoud begrijpen en toepassen.</i>					
<i>Niveau 3 Ik snap het! Ik zit op de goede weg</i>					<i>Klaar voor het examen!</i>
<i>Niveau 2 Ik begrijp het bijna. Ik zou nog wat oefening kunnen gebruiken.</i>					
<i>Niveau 1 Ik leer, maar begrijp het nog niet echt.</i>					

(Diagram Zelfreflectie op begrip)

Noteer welke knelpunten je nog tegenkomt zodat je ze zelf of met je trainer kunt oplossen. Evalueer daarna met behulp van het diagram of je beter begrijpt waar je staat op de leercurve.

Probleemoplossing

Knelpunt:

Onderwerp:

Deel 1

Deel 2

Nadat je het boek hebt
doorgenomen en hebt
gestudeerd

Nadat je oefeningen
en het proefexamen
gemaakt hebt

Timetable

	Dag 1, Kernbegrippen van service management
Part 1	Introductie Waarde creatie, resultaat, kosten en risico's Services en service relaties De vier dimensies
	<hr/> <i>Lunch</i>
Part 2	Het ITIL service value system De Activiteiten van de service value chain Het doel en gebruik van de guiding principles
	<hr/> Day 2, Geselecteerde ITIL practices en kernbegrippen
Part 1	Service management practices Algemene practices Technische practices Thema kwaliteit + Qualiteit Review Techniek Techniek opdracht Quality Management Approach
	<hr/> <i>Lunch</i>
Part 2	Examen voorbereiden ITIL® Examen

Welkom bij ITIL 4 Foundation



ITIL® is a registered trade mark of AXELOS Limited, used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.
The Swirl logo™ is a trade mark of AXELOS Limited, used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.

COURSEWARE



©2019 - All training materials are sole property of Van Haren Publishing BV
They are not to be reproduced in any form or shape without written permission.

De komende dagen ...



- ✓ Veiligheid
- ✓ Pauzes
- ✓ Lunch
- ✓ Oefeningen
- ✓ Telefoons en computers

© AXELOS Limited en Van Haren Publishing

2

De komende dagen ...



- ✓ Actieve deelname!
- ✓ Stel vragen
- ✓ Theorie (veel)
- ✓ Wat huiswerk
- ✓ Groepsopdrachten

© AXELOS Limited en Van Haren Publishing

3

Presentatie



- Mijn vragen:
- ✓ Wie ben jij?
 - ✓ Welke ervaring heb je met ITIL®?
 - ✓ Wat is je rol op het werk?
 - ✓ Wat zijn je verwachtingen?

© AXELOS Limited en Van Haren Publishing

4



Trainingsagenda

- Dag 1: Belangrijkste servicemanagement-concepten
 - Waardecreatie, uitkomsten, kosten en risico's
 - Services en servicerelaties
 - De vier dimensies
 - Het ITIL-service value system
 - De activiteiten van de servicewaardeketen
 - De aard en het gebruik van de richtinggevende principes
- Dag 2: Geselecteerde ITIL-practices en belangrijkste termen
 - Servicemanagement-practices
 - Algemene practices
 - Technische practices

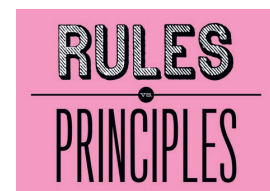
ITIL is in ontwikkeling ...

- ✓ Van procesgericht naar een holistische benadering
- ✓ Van gefragmenteerde levenscyclus naar 'end-to-end'
- ✓ Van grote releases naar Continual Improvement
- ✓ Van operationele silo's naar flexibele waardestromen

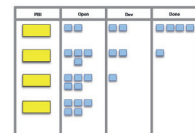


Principes als centraal thema

Er is een duidelijke trend waarneembaar bij algemeen gebruikte frameworks, modellen en methodologieën: er wordt weg bewogen van regels en ingezoomd op principes.



Productmanagement



Er is een duidelijke trend waarneembaar in IT-organisaties om productmanagement-terminologie te gebruiken en werkwijzen uit andere domeinen over te nemen, zoals uit de ingenieurs- en maakindustrie.

Een citaat uit het ITIL 4-foundationboek toont dit aan:

De services die een organisatie levert zijn gebaseerd op een of meer van haar producten. Organisaties bezitten of hebben toegang tot een verscheidenheid aan middelen. De organisatie stelt producten, die waardevol kunnen zijn voor haar klanten, samen uit deze middelen.



BELANGRIJKSTE CONCEPTEN VAN SERVICEMANAGEMENT

Begrijpen van de kernbegrippen van servicemanagement



Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.

COURSEWARE

© 2019 - All training materials are sole property of Van Haren Publishing BV
They are not to be reproduced in any form or shape without written permission.

Inleiding

De meeste organisaties hebben de behoefte om de uitdagingen in servicemanagement aan te gaan en het potentieel van hedendaagse technologie in te zetten.

De belangrijkste termen en belangrijke servicemanagement-concepten die worden geïntroduceerd zijn:

- ✓ Organisaties, serviceproviders, serviceconsumenten en andere belanghebbenden
- ✓ Producten en services
- ✓ De aard van waarde en co-creatie van waarde
- ✓ ServicereLATIES
- ✓ Waarde: uitkomsten, kosten en risico's

*NB: Deze concepten zijn van toepassing op **alle** organisaties en services, ongeacht hun aard en de onderliggende technologie.*

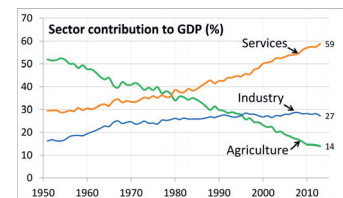


Wat is servicemanagement?

Definitie: Servicemanagement is het geheel van gespecialiseerde organisatorische vaardigheden om waarde aan klanten in de vorm van services mogelijk te maken .

Het ontwikkelen van deze vaardigheden vereist begrip van:

- De aard van waarde
- De aard en het bereik van betrokken stakeholders
- De wijze waarop waardecreatie door services mogelijk wordt gemaakt



Services en producten

Het centrale onderdeel van servicemanagement is natuurlijk de service.

Definitie: Service is een middel om co-creatie van waarde mogelijk te maken door het faciliteren van uitkomsten die klanten willen bereiken, zonder dat de klant daarbij specifieke kosten en risico's hoeft te managen.

Definitie: Een product is een configuratie van de resources van een organisatie die is bedoeld om waarde voor een consument te bieden.



Serviceaanbod

Definitie: Een **serviceaanbod** is een formele beschrijving van één of meerdere services, ontworpen om aan de behoeften van een doelgroep van consumenten te voldoen. Een serviceaanbod kan goederen, toegang tot resources en serviceacties omvatten.

Component	Beschrijving	Voorbeelden
Goederen	Geleverd aan de consument Eigendom is overgedragen aan de consument De consument neemt de verantwoordelijkheid voor toekomstig gebruik	Een mobiele telefoon Een fysieke server
Toegang tot resources	Eigendom is niet overgedragen aan de consument Toegang wordt gegeven of onder licentie verstrekt aan de consument volgens afgesproken termen en voorwaarden De consument kan alleen toegang krijgen tot de middelen gedurende afgesproken consumptietijden en volgens afgesproken voorwaarden	Toegang tot het mobiele netwerk of tot netwerkopslag
Serviceacties	Uitgevoerd door de serviceprovider om in een behoefte van de consument te voorzien Uitgevoerd volgens overeenkomst met de consument	Gebruikersondersteuning Vervanging van apparatuur

Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.



Waardecreatie

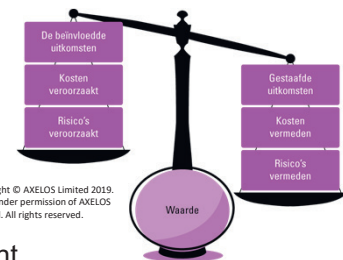
Het **doel** van een **organisatie** is om **waarde te creëren** voor stakeholders/belanghebbenden.

De term 'waarde' wordt algemeen gebruikt in servicemanagement en het is een belangrijk richtpunt van ITIL 4; 'waarde' moet daarom duidelijk gedefinieerd worden.

Definitie: Waarde is de waargenomen benefits, nut en belang van iets.

Waardecreatie is balanceren tussen uitkomsten, kosten en risico's.

NB: Waarde kan subjectief zijn en verschillen per stakeholder!



Service en consumenten

Serviceproviders:

Kunnen extern of intern zijn.
Kunnen services aanbieden op de open markt aan andere bedrijven of aan individuele consumenten.

Serviceconsumenten:

Wanneer een organisatie services ontvangt neemt ze de rol aan van serviceconsument.



Belangrijke stakeholders

Definitie: Een **organisatie** is een persoon of een groep mensen die zijn eigen functies heeft, met verantwoordelijkheden, bevoegdheden en relaties om zijn doelstellingen te bereiken.

Definitie: Een **klant** is de rol die de vereisten voor een service bepaalt en verantwoordelijk is voor de uitkomsten die uit de serviceconsumptie voortvloeien.

Definitie: Een **gebruiker** is de rol die gebruikmaakt van services.

Definitie: Een **sponsor** is de rol het budget voor de serviceconsumptie autoriseert.



Andere stakeholders en waarde

Een belangrijke focus van servicemanagement en ITIL is de wijze waarop organisaties waarde co-creëren met hun consumenten middels servicerelaties.

Stakeholder	Voorbeeld van waarde voor de stakeholder
Serviceconsumenten	Baten behaald; kosten en risico's geoptimaliseerd
Serviceprovider	Betaling door de consument; business development; image-verbetering
Medewerkers van een serviceprovider	Financiële en niet-financiële incentives; carrière en professionele ontwikkeling; gevoel zinvol bezig te zijn
Maatschappij en samenleving	Werkgelegenheid; belastingen; bijdrage van de organisatie aan de ontwikkeling van de samenleving
Goede doelen	Financiële en niet-financiële bijdrage van andere organisaties
Aandeelhouders	Financiële baten, zoals dividend; gevoel van zekerheid en stabiliteit

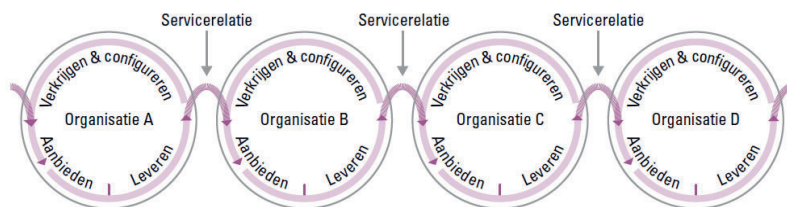
Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.



Servicerelaties

Servicerelaties worden aangegaan tussen twee of meer organisaties om waarde te creëren.

De rollen van serviceprovider en serviceconsument sluiten elkaar niet uit; organisaties leveren en consumeren meestal een aantal diensten op hetzelfde moment.



Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.



Co-creatie van waarde is essentieel

Het slechte voorbeeld: Een 'serviceprovider' die op zichzelf werkt. Een trainingsorganisatie die zonder cursisteninformatie een eigen programma afwerkt.

Het goede voorbeeld: Actieve samenwerking tussen leverancier en consument.

Een trainingsorganisatie die aan het begin van de training met de cursisten afstemt of er nog specifieke onderwerpen behandeld moeten worden.

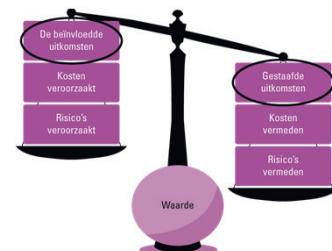


Onderscheid output en uitkomst

Het is belangrijk onderscheid te maken tussen output en uitkomst (outcome) van services.

Definitie: Output is een tastbare of niet-tastbare deliverable (materieel of immaterieel gevolg) van een activiteit.

Definitie: Uitkomst is een resultaat dat door een stakeholder wordt behaald en mogelijk is gemaakt door een of meer outputs.



Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.

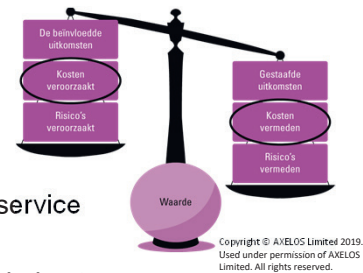


Two types of costs

Definitie: Kosten zijn de hoeveelheid geld die aan een specifieke activiteit of een bepaald middel is uitgegeven.

Vanuit het perspectief van de serviceconsumenten zijn er twee soorten kosten:

- ✓ **Kosten** voor de consument **die vermeden worden** door de service (een deel van de waardeaanbieding).
- ✓ **Kosten** voor de consument die **voortkomen uit** de service (de kosten van serviceconsumptie). Sommige consumenten beschrijven dit als wat zij moeten 'investeren' voor het consumeren van de service.

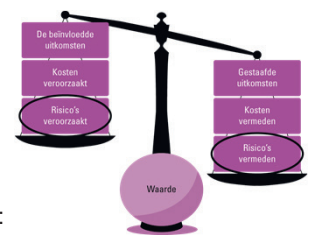


Two types of risk

Definitie: Risico is een mogelijk voorval dat **schade of verlies** kan veroorzaken, of het moeilijker kan maken om doelen te bereiken. Het kan ook worden gedefinieerd als **onzekerheid** van een uitkomst.

Vanuit het perspectief van serviceconsumenten zijn er twee soorten risico's:

- ✓ **Risico's** voor de consument **die vermeden worden** doordat de serviceprovider verantwoordelijk is voor (het managen van) bepaalde risico's (een deel van de waardeaanbieding).
- ✓ **Risico's** voor de consument **die veroorzaakt worden** doordat men als serviceconsument afhankelijk is van de serviceprovider (risico's van serviceconsumptie).



Een gebalanceerde aanpak is vereist voor risicovermindering in de gehele servicerelatie.



Definities van utility en warranty

Utility is de **functionaliteit** die een product of service biedt om aan een bepaalde behoefte te voldoen.

Utility kan worden samengevat als 'wat de service doet' en kan worden gebruikt om te bepalen of een service de vereiste uitkomsten kan realiseren, of deze '**fit for purpose**' is.

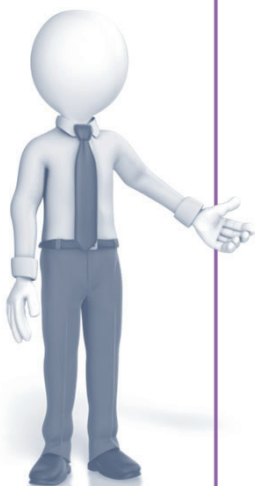
Warranty is de **garantie** dat een product of service aan de overeengekomen vereisten voldoet.

De prestatie van de service kan worden samengevat als '**fit for use**'.

Beide zijn essentieel voor de vaststelling of een service voldoet aan gewenste uitkomsten en waarde creëert.



Samenvatting



We hebben het gehad over:

- ✓ De kernbegrippen van servicemanagement, in het bijzonder hadden we het over de aard van waarde en co-creatie van waarde, organisaties, producten en services.
- ✓ De vaak complexe relaties tussen serviceproviders en consumenten, en de verschillende betrokken stakeholders.
- ✓ De belangrijke componenten voor consumentenwaarde: uitkomsten, kosten en risico's; en hoe belangrijk het is om de klantvereisten te begrijpen wanneer services ontworpen en geleverd worden.
- ✓ Deze concepten zullen verder worden uitgediept in deze training. Ook wordt een leidraad geboden voor een praktische en flexibele toepassing ervan.
- ✓ Na afronding van deze sectie ben je in staat om verschillende definities van belangrijke concepten te herkennen, te begrijpen en te beschrijven.



Herken (het) missende woord(en) in de volgende zin

Een service is een manier om co-creatie van waarde mogelijk te maken door het faciliteren van [?] die klanten willen realiseren.

A. de warranty

C. de utility

B. de uitkomsten

D. de output

Welke is de juiste definitie van warranty?

A. Een materieel of immaterieel gevolg van een activiteit.

B. Garantie dat een product of dienst aan de overeengekomen eisen voldoet.

C. Een mogelijke gebeurtenis die schade of verlies kan toebrengen, of het vermogen beïnvloedt om doelen te realiseren.

D. De functionaliteit die een product of service biedt om aan een bepaalde behoefte te voldoen.

Een serviceprovider beschrijft een pakket met daarin een laptop met software, licenties en ondersteuning

Waar is dit pakket een voorbeeld van?

A. Waarde

C. Warranty van een service

B. Een uitkomst

D. Een serviceaanbod

Wat zijn de twee soorten kosten die een serviceconsument moet afwegen?

A. Kosten voor het creëren van de service en kosten doorbelast voor de service.

B. Kosten weggenomen door de service en kosten doorberekend in de service.

C. Kosten voor het leveren van de service en kosten voor verbeteren van de service.

D. Kosten voor inkoop van software en kosten voor inkoop van hardware.



Trainingsagenda

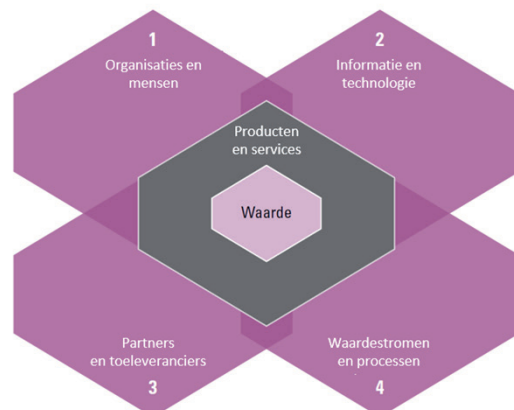
- Dag 1: Belangrijkste servicemanagement-concepten
 - ✓ Waardecreatie, uitkomsten, kosten en risico's
 - ✓ Services en servicerelaties
 - De vier dimensies
 - Het ITIL-service value system
 - De activiteiten van de servicewaardeketen
 - De aard en het gebruik van de richtinggevende principes
- Dag 2: Geselecteerde ITIL-practices en belangrijkste termen
 - Servicemanagement-practices
 - Algemene practices
 - Technische practices

© AXELOS Limited en Van Haren Publishing

29

VIER DIMENSIES

Begrijpen van de vier dimensies van servicemanagement



Copyright © AXELOS Limited 2019. Used under permission of AXELOS Limited. All rights reserved.

COURSEWARE

©2019 - All training materials are sole property of Van Haren Publishing BV
They are not to be reproduced in any form or shape without written permission.