



AICI 伦理准则与职业行为规范

2006年10月10日修订和重述。

伦理准则

AICI 的会员应当:

- 与公众、客户、预期客户、员工和其他会员交往时, 保持诚信和尊严, 提供力所能及的服务, 遵守职业道德规范。
- 保持并鼓励他人保持专业性, 遵守并鼓励他人遵守职业道德规范, 以维护良好的会员和职业声誉。
- 努力保持和提高个人和他人的职业能力。
- 履行合理的审慎义务, 行使独立的专业判断。

职业行为标准

第一条: 基本职责

会员应当:

- A.** 了解和遵守由任何政府、政府机构、监管部门、许可机构或专业协会颁布的, 适用于会员职业活动的
的所有法律、法规和规章。
- B.** 不得故意实施或帮助他们实施违反上述法律、法规或规章的任何行为。
- C.** 除了基于培训和自身经验能够熟练完成的工作以外, 会员不得承担任何其他专业职责。
- D.** 在 AICI
章程规定的所有个人和专业信息交流文件中, 准确描述个人资质、学历、经验和社会关系。

第二条: 客户关系以及对客户承担的职责

会员应当:

- A.** 以口头或书面方式清晰确定所需履行的项目或服务范围和性质, 以及从项目设计到完成过程中涉及
的所有服务费用或成本。
- B.** 若任何特殊关系或情形可能产生利益冲突, 向客户和潜在客户告知声明。
- C.** 对客户信息予以保密, 除非法律另有规定。

第三条：与职业和协会的关系以及对职业和协会承担的职责

所有会员：

- A. 不得实施任何职业违规行为。
- B. 不得实施涉及违背诚信义务、欺诈、诈骗、虚假陈述等职业行为，也不得实施可能对其诚信、信用或专业能力产生负面影响的任何行为。
- C. 不得推荐学历、培训和 / 或专业知识等方面不符合协会章程和会员资格要求的任何个人。
- D. 不得基于经济条件、种族、宗教信仰、民族、性别、年龄、性取向、身体状况或国籍歧视任何人。
- E. 未经许可或适当授权，不得使用他人原创制作的资料、客户名单、标题和 / 或专题作品。会员只能在其自身创作的或由其出资创作的作品上署名。
- F. 不得泄露同事向其交付的任何保密信息，除非法律另有规定。
- G. 不得通过签订协议不公平 / 不合适地限制其他顾问进入市场。
- H. 不得通过任何言行损害其他顾问的声誉和 / 或业务关系。

违规

作为 AICI 的会□或者正在申□ AICI 会□□格的个人，本人承□遵守本《□理准□和□□行□□范》。本人理解，是否□反本《准□》将依据 AICI □理委□会制定的各□准□和程序予以□定。本人理解，AICI 将依据□会章程、政策和□程□施□□□分。

本人特此声明：在《□理准□》相关的任何投□、□□、程序或□行□程中（包括事□□□和□□□分（直至取消会籍）），放弃本人可能□□ AICI 或任何 AICI 会□享有的任何□求□，包括□□和交易限制等相关的□求□。

本人在此接受《AICI □理准□和□□行□□范》。通□以下签字，本人承诺遵守上述各项准则和规范。

签字

日期

网上申请可使用电子签名。

本人是 AICI 会□。

本人是正在申□ AICI 会□□格的个人。

AICI 核心能力

“**AICI 核心能力**”规定了取得形象顾问认证必须具备的各项知识、技能、能力和行为。这些核心能力构成了 AICI 的认证基础，并提供持续的职业发展途径。

关于AICI FLC考试中涉及的能力要求信息，请访问www.aici.org查阅 AICI一级考试 (FLC) 候选人手册。

I. 技术知识

A. 形象心理方面

- 形象效果
- 自我概念理论/个人身份
- 基本价值和着装价值理论
- 人格理论
- 心理防卫机制

B. 形象社会方面

- 服装及美容装饰的起源、动机和功能
- 通过形象实现的非言语交流
- 文化模式与多样性
- 角色、地位和级别/等级
- 历史服装
- 时尚行业和时尚趋势
- 礼仪和习俗
- 文明礼节

C. 形象身体方面

- 身体认知与展现
- 肢体语言
- 营养/节食
- 运动/健身
- 整容手术
- 美容装饰

D. 形象艺术方面/服装视觉设计

- 服饰艺术与形象（包括服饰配件）
- 设计原理（目标）
 - 平衡
 - 相称
 - 比例
 - 节奏
 - 重点
 - 协调
- 设计要素（工具）
 - 线条
 - 形状
 - 颜色
 - 材料质地
 - 式样
 - 比例
- 设计要素中的个人风格
- 衣橱管理

II. 职业准备和发展——技术知识应用

A. 客户/目标市场

- 潜在客户

B. 项目（与团体之间的合作）

- 演讲主题（参阅上文第一部分：技术知识）
- 项目演示技能
- 项目/演示的类型/格式
- 教学/促进技巧
- 教具和资料
- 项目准备资料

C. 服务（与个人之间的合作）

- 潜在服务（女士、男士、儿童）
- 服务准备资料
- 指导/促进技巧

D. 产品

- 潜在产品/产品开发
- 发行

E. 营销/营销技巧

- 公共关系
- 推广/推广资料
- 图片
- 收费结构
- 销售技能
- 商业/人际网络
- 社交媒体

III. 业务管理

A. 组织方面

- 业务形式
- 官方/营业地点
- 融资
- 办公室职员
- 资源/相关专业人士
- 加入的协会/参加的会议
- 订购的出版物

B. 管理方面

- AICI 伦理准则
- 战略规划/业务计划
- 设备和供应物资
- 法律问题
- 管理风格和技能
- 会计和记录保存
- 差旅

经 Judith Rasband, AICI CIM, Conselle LC 允许, AICI 使用改编的大纲内容。