澳大利亚辅导协会
(ATA)
行为准则

澳大利亚辅导协会

行为准则

第一部分 – 引言

目标

1. 澳大利亚辅导协会(ATA)行为准则的宗旨是：

1.1 确保具有道德职业操守的辅导机构及从业者为顾客提供最佳服务。
1.2 建立并维护教育辅导服务的全国性基准。
1.3 为最佳辅导实践提供导则。

实践准则

2. 此准则适用于澳大利亚辅导协会(ATA)的会员；会员加入协会即同即表示意受本准则的约束。

释义

3. 在此准则内，除非额外声明：

“中介”是一种业务类型，服务方为学生分配一名辅导老师，辅导员通常在孩子的家中、公共场所（如图书馆）或在线进行；
“CAC”是指ATA行为准则管理委员会（详情请参考第三部分）；
“准则”是指澳大利亚辅导协会准则；
“客户”是指支付辅导服务费用的学生和/或学生的家长、监护人；
“争议”是指客户对ATA的会员因没有遵守ATA准则所表示的不满；
“会员”是指澳大利亚辅导协会机构的会员，包括机构辅导员，以及个人辅导员；
“抄袭”是指盗用他人作品并冒充为自己的作品。这是一种作弊行为，包括引用他人的作品（书面、电子、口头或艺术作品），而为给与应有的署名，甚至还包括人工智能（AI）生成的作品。
“辅导员”代表提供教育辅导服务的人；
“辅导”是指以商业目的进行的教学，包括在一对一、小组、课堂环境中进行的学术指导和辅导，形式包括面对面/在线或者两者结合。
“辅导机构”是指提供商业教育服务或辅导服务的机构。和“教育中心”、“教学中心”同意。

第二部分 – 辅导机构义务 — 专业准则
澳大利亚辅导协会会员义务

4．会员会运用他们的资源为学生达到最佳的教学成果。 会员需要在入学前与家长讨论教学目标。最佳教学成果还包括提高学生的信心和学习技巧。
5．辅导员无论是以个人身份工作（自雇）受雇与为辅导机构（雇员或者合同工），都应尽其所能运用教学技巧来教授学生，帮助他们在受辅导的科目上进步并增加信心。
6． 会员必须声明其教学实践和资源能够增强学生的自尊和学习信心
7. 所有协会会员必须确保能提供澳大利亚辅导协会实施准则副本，供客户详阅。
8．上门辅导的额外义务

8A. 根据本准则，无论是中介向客户家庭分配辅导员上门辅导，还是学生前往辅导员家中接受辅导。中介和辅导员都有义务确保辅导是在有成年监护人的情况下公开进行。辅导员不得在卧室内进行。

8B. 辅导员提供上门辅导服务时， 每次课程结束， 必须由成年监护人签字确认在场，并确认辅导是在确保儿童安全的情况下进行的。

8C. 中介机构与其辅导员（合同制或雇佣制）共同承担儿童安全的责任。

资历

9．会员机构必须确保辅导员的资质（包括任何ATA认证）被妥善记录，并在潜在客户要求时予以展示。

10. 会员在任何情况下使用 “教师” 一词时，仅适用于描述接受过正规大学教育学专业培训认证（例如文凭或学位）的教师。

11.会员（包括中介机构）应承诺持续性地对员工技能和专业发展提供培训。培训课程可以包括课程开发、提供与儿童发展、评估、儿童保护等相关教育问题的在职培训。 ATA 提供免费和高性价比的付费的专业发展课程，供会员选择使用。

12. 所有由会员雇佣或者签约的辅导员必须每年至少接受一次评估，以确保教育水平，或参加年度培训以确保其技能的时效性。

13．会员（包括中介机构）对辅导员的评估应基于在评估前已向辅导员披露的标准，包括使用 ATA 辅导员评估表。该表格可在 ATA 官网获取：www.ata.edu.au。

信息披露义务

14．会员必须确保顾客在获取充足的信息的前提下来决定学生是否需要辅导服务。会员尤其必须：

(a) 测试/测定学生是否需要接受辅导，如需要，则告知潜在顾客评估的类型和结果。如果学生不需要辅导或者无法从补习中受益也需诚实告知。
(b) 说明辅导内容是否与国家教材课程存在关联
(c) 告知潜在客户相关辅导员的资质和经验，包括他们是否接受过正规的教育培训。
(d) 应客户要求，向客户提供有关学生学习进展的准确书面报考。

课前测试，课后测试，其他测试和报告

15. 评估和测试的方式方法须在评估前予以披露。评估打分必须以适当的、准确的、专业的和公正的方式进行。
16. 任何非正式和正式的测试结果必须向顾客报告。
17. 除非受法律限制，任何用于入学筛选、分班或者其他目的的被评分的测试原件都必须提供给客户查阅。。
18. 给客户分班或者接受辅导的建议，都应基于对评估结果的解释和说明，并提供合理的依据。

19. 向客户提供的所有反馈（书面或者口头）都应当清晰明确，不得刻意误导客户或以此促成客户报名上课。

20. 在与学生进行沟通反馈时，家长或者监护人应当在场。沟通时对学生应该秉持尊重、礼貌、使用的语言也应该与学生的年龄相符。

21. 成绩可以是书面或口头形式报告。对于持续学习至少一个学期的辅导，必须每学期进行一次报告。

广告与推广

22. 会员不得使用误导性或虚假的广告或营销手段，包括但不限于以下情况：对辅导服务价格的虚假或误导性陈述；虚假陈述辅导服务具有实际不存在的好处；对辅导需求的虚假或误导性陈述。

23. 《2010年竞争与消费者法》(Cth)、澳大利亚消费者法 (ACL) 以及任何额外的州/领地消费者保护法律的相关条款均适用，同时也适用本行为准则的规定。

24. 会员在任何媒体上进行广告或营销时所作的声明必须诚实、准确并可被验证。

25. 数据统计的整理和使用不得故意误导或以误导客户的形式呈现。只有相关并且可以验证的数据能被使用。会员不得作出关于学生成功的虚假或不可验证的声明。

26. 会员必须确保宣传材料不会鼓励对辅导成果产生不切实际的期望。

27. 会员不得对竞争对手提供的课程进行误导性或虚假的比较。

28. 正式有资格的会员有权使用字母 M.A.T.A. 表示其为 ATA 的会员。
29. 会员可在任何或所有广告媒体上使用 ATA 标志，但前提是其遵守本行为准则。

30. ATA 标志仅供给正式会员使用。如果会员资格已失效、被取消或不再有效，任何与 ATA 的关联或使用其标志的行为都是误导性的。

辅导中心和培训学校的标准

31. 会员必须确保卫生间洗漱台等潮湿频繁区域的常规清洁，来维护教学区的干净整洁。

32. 会员必须确保任何用作辅导中心或培训学院的场所已获得相关市政或地方政府的使用批准。

33. 会员应确保房间不会过于拥挤，并且便于人员进出。

34. 会员应制定适当的工作健康与安全（WHS）、儿童保护和学生福祉的相关政策。员工应接受这些政策的培训，并通过测试以确保员工熟悉政策内容

35. 会员必须在明显且方便的地点设置急救箱，并确保所有员工知晓其位置。至少每学期检查一次急救箱内物资是否充足。

课程及教学方案

36. 如适用，会员应列出课程和教学大纲和州教育部的关系。
37. 入学注册后，必须根据客户的要求提供任何与课程的资料或书面计划，以供参考。

抄袭

38. 会员不得以任何形式进行抄袭或作弊. 任何程度上的依赖抄袭行为都是不受提倡的。会员必须遵守和实践辅导协会的反剽窃准则。 这一准则可能会不时更新。这一准则可在ATA官网www.ata.edu.au 查看。

人工智能（AI）的运用

39.使用人工智能（AI）有利于提升会员的服务。在使用AI时,需要有一个有资质的人员对AI 提供的材料进行评估验证。

40. 会员在辅导课程中需要谨慎使用人工智能。会员可以通过让员工完成 ATA 提供地关于如何负责任使用 AI 的课程模块，对其培训。

专业教师做辅导的员

41.专业教师在从事辅导员行业后，仍然需要以教师专业标准来要求自己。这意味着需要理解客户对专业人士做辅导员有更高的期望。

42.专业教师在做辅导时应该展现出理解学生学习水平的的能力，包括能意识到到焦虑以及其它会影响到学习的因素，并根据需要进行教学调整。

商业运作

43. 会员必须以道德和专业的方式经营业务，包括遵守相关地方，州和联邦立法（例：儿童保护法，消费者法，税务，养老金，工伤赔偿，健康安全，以及反歧视法等）。

44. 会员必须确保所有辅导员在开展任何辅导之前已通过儿童保护许可的审查。儿童保护许可的有效性应每年进行验证，并由辅导员根据要求及时更新。
45. 会员必须确保对应聘辅导员职位的人进行面对面（亲自，而非在线）面试，面试可能包括要求应聘者完成练习题并回答与儿童安全、儿童保护及教学方法相关的问题。

46. 会员要保证员工和中介态度合符道德和专业标准，不能利用不合理的手段（如威胁，恐吓和强逼等）推销辅导课程和教育服务。

47.如果辅导价格上涨、质量下降或因优惠而受到限制， 会员不得将某段时期或其中一部分的补习课描述成免费课程或折扣的课程。

48.会员必须确保所有员工熟悉行为准则。
辅导同意书及书面合约（若存在）

49. 会员应确保辅导同意书上：

(a) 同意书上有各方名字和地址，包括公司的澳大利亚公司编号(ACN)和澳大利亚商业编号(ABN)。
(b) 明确且清晰地列出会员和客户的权利与责任
(c) 说明协议是否适用于冷静期或试用期，如果适用，需明确冷静期或试用期的时长；
(d) 列明所提供辅导服务的全部费用，包括（如适用）：
i. 报名费，申请费或任何其他课前预缴费用；
ii. 单次课程的费用；
iii. 协议中规定的应付款金额、付款频率及最低期限；
iv. 辅导课的总费用；
v. 辅导协议内需支付的任何其它费用；
vi. 取消费以及其适用的具体情况；

50.合同一般不得包含默认的自动续约条款。如有此类条款，必须告知客户。当客户希望退出自动续约合同时，应允许其退出且无需承担经济处罚（例如支付续约合同整个期限的费用）。

51. 如果有要求，会员必须向任何潜在客户提供拟议辅导协议的副本，并在入学时向客户提供已签署协议的副本。

退款

52. 所有会员必须制定书面的退款政策，并确保客户可以查阅。

53. 会员的退款政策必须符合所有相关的联邦和州法律法规。

54. 会员不允许展示“不退款”这一误导性的告示。如果违法了《2010年竞争与消费者法》, 消费者确实有权获得退款。该法要求服务者需谨慎提供服务，并履行承诺或宣传的服务水平。

保密性

55. 会员应遵守隐私法（1988），并遵循《国家隐私原则》办事。

56. 客户档案中的信息，包括与评估、出勤、行为观察、账单、报告和个人详细信息相关的内容，应在客户要求时提供以供查阅

投诉解决程序

首先，当投诉到达 ATA 办公室时，处理流程是要求投诉人填写 ATA 投诉表，以便以书面形式提交。在此过程中，需具体指出涉及ATA准则的相关准则。完成此步骤后，我们会联系相关机构或辅导员，要求提供对事件的说明。在机构有机会陈述其立场前，行为准则管理委员会（CAC） 不会召开会议。

57.若接到投诉，会员将尽一切努力，公平且迅速地解决客户提出的任何投诉。

58. 会员在接到口头投诉时应：

(a) 表明身份，倾听、记录详细信息，再确定投诉人希望的解决方案；
(b) 确定收到内容的细节；
(c) 解释投诉解决程序，并建议可选择的处理方式；
(d)如果可能，立即解决投诉，或者承诺在规定时间内解决投诉；
(e)适当跟进投诉，例如向投诉人反馈会员为解决投诉所采取的行动

59.会员在接到书面投诉时应：

(a) 于收到投诉后的十天内，以书面形式向投诉人反馈会员为解决投诉采取的行动；
(b) 如果在十天内无法解决投诉，在收到投诉后的七天内以书面形式确认已收到投诉，并明确告诉投诉人将在何时会收到会员为解决投诉所采取行动的反馈。

60。会员必须保证所有员工熟悉ATA的投诉解决流程。

61. 如果会员和顾客之间不能自行解决投诉，会员必须告知客户其有权将投诉提交至 ATA。双方均可将投诉提交至 ATA。

62. 当投诉被提交至 ATA 后，委员会将在可行的情况下尽快审议投诉，并以书面形式通知各方处理结果。

63. 如果 ATA 认定会员违反了准则，将根据 ATA 章程实施制裁。
第三部分—ATA准则的管理

64. 此行为准则将由 ATA（有限公司）管理。ATA 委员会将任命一个行为准则管理委员会（CAC，该委员会由不少于两 (2) 名董事会成员组成。

CAC 流程

CAC 将审查投诉人提供的投诉及相关证据，然后它将审查会员提供的证据，包括其在处理冲突时如何遵循 ATA 行为准则的相关证据。CAC 将寻找明确的证据以判断会员是否按照 ATA 行为准则中详细说明的投诉程序行事。每位会员应熟悉投诉流程，因为每位会员均受其约束。

如果会员选择无视 ATA 的权威，则会员将丧失其会员资格。

ATA 行为准则是公众对 ATA 会员权威充满信心的基础。

推广准则

65.澳大利亚辅导协会(ATA)负责推广本行为准则。

66.本准则应发布于ATA的官方网站上。

制裁措施

67. 如果确定违反了准则，ATA将要求相关会员做出改正。此类行动包括但不限于已下要求：

(a) 修改或撤销广告
(b) 发布纠正广告
(c) 向相关客户发布纠正信息
(d) 修改或撤销书面或电子通信内容
(e) 取消没有达到规定守则标准的课程和相关资料

68. ATA 可自行决定向不合规会员发出警告或谴责。

69. 如果未在 ATA 指定的时间内采取纠正行为，会员的 ATA 会员资格可能会被暂停一段时间；如果持续不合规，ATA 可开除该会员。

70. 被 ATA 开除后，开除会员不得在任何广告或通信中声称仍然是会员，并且必须立即停止并避免提及 ATA、ATA 准则或与 ATA 相关的任何内容。非会员不得声称与 ATA 有任何关联。