

Ethics and Legal Issues PR and Digital Communication

A Comprehensive Guide for Modern Practitioners

Marketing & Media

Ethics and Legal Issues in PR
and Digital Communications

Code: 255012



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net

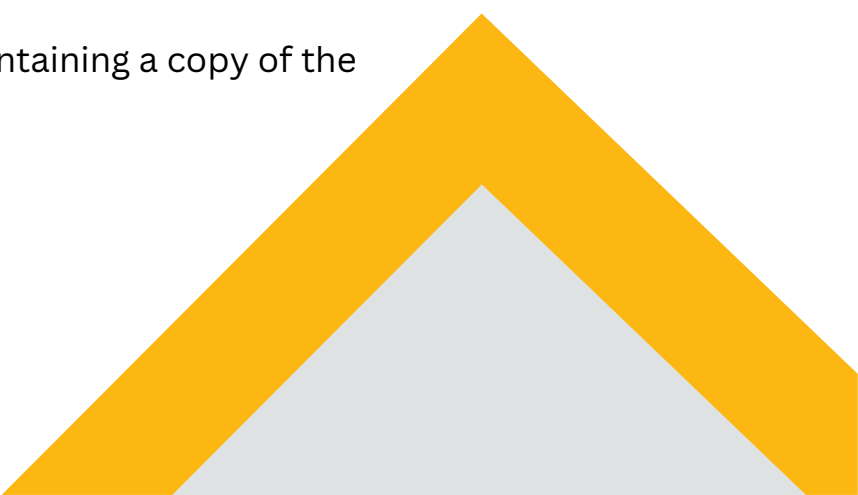


Course Introduction

The digital age has amplified the speed, reach, and impact of public relations, but it has also created a complex new landscape of ethical dilemmas and legal pitfalls. A single tweet, a poorly disclosed influencer partnership, or an undisclosed data collection practice can trigger reputational damage, regulatory fines, and costly litigation. For PR and communications professionals, a deep understanding of ethics and law is no longer a luxury—it is a fundamental requirement for responsible and effective practice.

This course provides a crucial framework for navigating this challenging environment. It moves beyond theoretical concepts to explore the practical application of ethical reasoning and legal compliance in everyday digital communication. Participants will examine real-world case studies, from data privacy breaches and defamatory content to astroturfing and influencer fraud. Through a combination of legal overviews, ethical analysis, and scenario-based workshops, this course equips professionals with the knowledge and tools to protect their organizations, uphold the integrity of the profession, and build trust in a skeptical digital world.

Training Method

- Pre-assessment
 - Live group instruction
 - Use of real-world examples, case studies and exercises
 - Interactive participation and discussion
 - Power point presentation, LCD and flip chart
 - Group activities and tests
 - Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
 - slides and handouts
 - Post-assessment
- 

Course Objectives

Upon successful completion of this course, participants will be able to:

- **Identify** and **analyze** potential ethical dilemmas and legal issues in PR and digital campaigns.
- **Apply** professional codes of ethics (e.g., PRSA, CIPR, IABC) and key legal frameworks to real-world scenarios.
- **Ensure** compliance with regulations concerning disclosure (FTC guidelines), data privacy (GDPR, CCPA), and intellectual property.
- **Manage** digital risks related to defamation, copyright infringement, and user-generated content.
- **Develop** crisis communication strategies that are both effective and ethically sound.
- **Implement** internal protocols and training to foster a culture of ethical practice and legal compliance within their organization.

Who Should Attend?

This course is essential for any professional who creates, manages, or distributes digital content on behalf of a brand or organization:

- **PR Managers, Directors, and Account Executives** (in-house and agency)
- **Social Media Managers and Community Managers**
- **Content Marketing Managers and Strategists**
- **Corporate Communications Directors**
- **Influencer Relations Managers**
- **Marketing Managers** overseeing digital campaigns
- **Digital Strategists and Consultants**
- **Small Business Owners** managing their own communications

Course Outline

Day 1: The Foundation: Ethics, Law, and Professional Codes

Morning Session: The Ethical Landscape for Modern Communicators

- Why Ethics Matter: Trust, reputation, and the social responsibility of PR.
- Core Ethical Principles: Transparency, honesty, fairness, loyalty, and accountability.
- Navigating Ethical Dilemmas: A framework for ethical decision-making.

Afternoon Session: Introduction to Key Legal Concepts

- Overview of the Legal System: How it applies to digital speech.
- The Difference Between Ethics and Law: What you *must* do vs. what you *should* do.
- **Case Study:** Analyze a famous PR scandal through both an ethical and legal lens.

Day 2: Transparency, Disclosure, and Influencer Marketing

Morning Session: The Rules of Disclosure

- FTC Endorsement Guidelines: Clear and conspicuous disclosure for influencers, affiliates, and employees.
- Native Advertising and Sponsored Content: How to label it properly.
- Astroturfing: The ethical and legal risks of fake grassroots campaigns.

Afternoon Session: Managing Influencer & Partner Relationships

- Contractual Essentials: Deliverables, disclosure, exclusivity, and indemnification.
- Monitoring and Enforcing Compliance with partners.
- **Workshop:** Review real influencer posts and determine if they meet FTC guidelines.

Day 3: Digital Risks: Defamation, IP, and User-Generated Content

Morning Session: Avoiding Defamation and Protecting Reputation

- Libel vs. Slander: Definitions and defenses in the digital context.
- The Risks of Review Management: When does takedown become suppression?
- Managing Negative Comments without escalating legal risk.

Afternoon Session: Intellectual Property in the Digital Space

- Copyright Law: Using images, music, and text (fair use, licensing).
- Trademark Law: Brand mentions, hashtags, and competitive campaigns.
- **Practical Exercise:** Conduct an audit of a company's blog or social media for potential IP infringement.

Course Outline

Day 4: Data Privacy, Cybersecurity, and Digital Crisis

Morning Session: The Privacy Imperative

- GDPR, CCPA, and other Global Privacy Regulations: What communicators need to know.
- Ethical Data Collection and Use: Consent, transparency, and purpose limitation.
- Writing Privacy-Compliant Copy for websites and campaigns.

Afternoon Session: Crisis Communication in the Digital Age

- Legal Holds and Spoliation: Preserving evidence when a crisis hits.
- Ethical Obligations During a Crisis: Transparency vs. legal liability.
- **Simulation:** Manage a data breach crisis, balancing PR messaging with legal advice.

Day 5: Building an Ethical Culture and Capstone

Morning Session: Implementing Compliance & Training

- Creating Internal Social Media Policies and Ethical Guidelines.
- Training Spokespeople and Employees on ethical and legal boundaries.
- Working Effectively with Legal Counsel.

Afternoon Session: Capstone Application

- **Final Scenario:** Groups are presented with a complex, multi-issue case involving a proposed campaign that has ethical ambiguities and legal risks. They must:
 - i. Identify all potential issues.
 - ii. Develop a plan to mitigate risks.
 - iii. Decide whether to proceed, and if so, how.
 - iv. Present their decision and rationale.
- **Course Recap:** Key takeaways and resources for staying current.
- **Certification of Completion.**

المقدمة

لقد زاد العصر الرقمي من سرعة العلاقات العامة ونطاقها وتأثيرها، ولكنه خلق أيضًا مشهدًا جديدًا معقدًا من المعضلات الأخلاقية والمزالق القانونية. تغريدة واحدة، أو شراكة مع مؤثرين غير مُفصّل عنها، أو ممارسة جمع بيانات غير مُفصّل عنها، قد تُلحق ضررًا بالسمعة، وتُغزّات تنظيمية، وتؤدي إلى دعاوى قضائية مُكلفة. بالنسبة لمتخصصي العلاقات العامة والاتصالات، لم يعد الفهم العميق للأخلاقيات والقانون ترفًا، بل مُتطلبًا أساسيًا لممارسة مسؤولية وفَعّالة. تُقدّم هذه الدورة إطارًا أساسيًا للتعامل مع هذه البيئة الصعبة. فهي تتجاوز المفاهيم النظرية لاستكشاف التطبيق العملي للمنطق الأخلاقي والامتثال القانوني في التواصل الرقمي اليومي. سيتناول المشاركون دراسات حالة واقعية، بدءًا من انتهاكات خصوصية البيانات والمحتوى التشهيري وصولًا إلى الدعاية التسويقية الزائفة والاحتيال من قبل المؤثرين. من خلال مزيج من النظرات القانونية العامة والتحليل الأخلاقي وورش العمل القائمة على السيناريوهات، تُزوّد هذه الدورة المهنيين بالمعرفة والأدوات اللازمة لحماية مؤسساتهم والحفاظ على نزاهة المهنة، وبناء الثقة في عالم رقمي مُتشكك.

طريقة التدريب

- التقييم المسبق
- تدريب جماعي مباشر
- استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
- مشاركة ونقاش تفاعلي
- عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
- أنشطة واختبارات جماعية
- يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
- شرائح ومطبوعات
- التقييم اللاحق

أهداف الدورة

- عند إكمال هذه الدورة بنجاح، سيكون المشاركون قادرين على:
- تحديد وتحليل المعضلات الأخلاقية والقضايا القانونية المحتملة في العلاقات العامة والحملات الرقمية.
 - تطبيق قواعد الأخلاقيات المهنية (على سبيل المثال، IABC، CIPR، PRSA) والأطر القانونية الرئيسية على السيناريوهات الواقعية.
 - ضمان الامتثال للوائح المتعلقة بالإفصاح (إرشادات لجنة التجارة الفيدرالية)، وخصوصية البيانات (GDPR، CCPA)، والملكية الفكرية.
 - إدارة المخاطر الرقمية المتعلقة بالتشهير وانتهاك حقوق النشر والمحتوى الذي ينشئه المستخدم.
 - تطوير استراتيجيات الاتصال في حالات الأزمات التي تكون فعالة وسليمة أخلاقياً.
 - تنفيذ البروتوكولات الداخلية والتدريب لتعزيز ثقافة الممارسة الأخلاقية والامتثال القانوني داخل مؤسساتهم

من ينبغي أن يهتم؟

- هذه الدورة ضرورية لأي محترف يقوم بإنشاء أو إدارة أو توزيع المحتوى الرقمي نيابة عن علامة تجارية أو منظمة:
- **مديري العلاقات العامة والمديرين التنفيذيين والمسؤولين التنفيذيين للحسابات** (داخلياً وفي الوكالة)
 - **مديري وسائل التواصل الاجتماعي ومديري المجتمع**
 - **مديري وخبراء استراتيجيات تسويق المحتوى**
 - **مديري الاتصالات المؤسسية**
 - **مديري علاقات المؤثرين**
 - **مديري التسويق المشرفين على الحملات الرقمية**
 - **الاستراتيجيون والمستشارون الرقمييون**
 - **أصحاب الأعمال الصغيرة** يديرون اتصالاتهم بأنفسهم

محتويات الكورس

اليوم الأول الأساس: الأخلاقيات والقانون والمدونات المهنية

الجلسة الصباحية: المشهد الأخلاقي لأخصائي الاتصالات المعاصرين

- لماذا الأخلاقيات مهمة: الثقة والسمعة والمسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة.
- المبادئ الأخلاقية الأساسية: الشفافية والصدق والإنصاف والولاء والمساءلة.
- التعامل مع المعضلات الأخلاقية: إطار لاتخاذ القرارات الأخلاقية.

جلسة بعد الظهر: مقدمة للمفاهيم القانونية الرئيسية

- نظرة عامة على النظام القانوني: كيفية تطبيقه على الخطاب الرقمي.
- الفرق بين الأخلاق والقانون: ما يجب عليك فعله مقابل ما ينبغي عليك فعله.
- دراسة الحالة: تحليل فضيحة العلاقات العامة الشهيرة من خلال العدسة الأخلاقية والقانونية

اليوم الثاني الشفافية والإفصاح والتسويق المؤثر

الجلسة الصباحية: قواعد الإفصاح

- إرشادات مصادقة لجنة التجارة الفيدرالية: الإفصاح الواضح والبارز للمؤثرين والشركات التابعة والموظفين.
- الإعلانات الأصلية والمحتوى المدعوم: كيفية تصنيفها بشكل صحيح.
- الترويج الزائف: المخاطر الأخلاقية والقانونية للحملات الشعبية المزيفة.

جلسة بعد الظهر: إدارة علاقات المؤثرين والشركاء

- الأساسيات التعاقدية: النتائج، والإفصاح، والحصريّة، والتعويض.
- مراقبة وتنفيذ الامتثال مع الشركاء.
- ورشة عمل: مراجعة منشورات المؤثرين الحقيقية وتحديد ما إذا كانت تلبّي إرشادات لجنة التجارة الفيدرالية

اليوم الثالث المخاطر الرقمية: التشهير والملكية الفكرية والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون

الجلسة الصباحية: تجنب التشهير وحماية السمعة

- التشهير مقابل القذف: التعريفات والدفاعات في السياق الرقمي.
- مخاطر إدارة المراجعة: متى يصبح الإزالة قمعًا؟
- إدارة التعليقات السلبية دون تصعيد المخاطر القانونية.

جلسة بعد الظهر: الملكية الفكرية في الفضاء الرقمي

- قانون حقوق النشر: استخدام الصور والموسيقى والنصوص (الاستخدام العادل، الترخيص).
- قانون العلامات التجارية: الإشارة إلى العلامة التجارية، والوسوم، والحملات التنافسية.
- تمرين عملي: قم بإجراء تدقيق على مدونة الشركة أو وسائل التواصل الاجتماعي بحثًا عن أي انتهاك محتمل لحقوق الملكية الفكرية.

محتويات الكورس

اليوم الرابع خصوصية البيانات والأمن السيبراني والأزمة الرقمية

- **الجلسة الصباحية: ضرورة الخصوصية**
 - اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) وقانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا (CCPA) وغيرها من اللوائح العالمية المتعلقة بالخصوصية: ما يحتاج المتصلون إلى معرفته.
 - جمع البيانات واستخدامها بطريقة أخلاقية: الموافقة والشفافية والحد من الغرض.
 - كتابة نسخة متوافقة مع الخصوصية للمواقع الإلكترونية والحملات.
- **جلسة بعد الظهر: التواصل في أوقات الأزمات في العصر الرقمي**
 - الاحتجاز القانوني والتدمير: الحفاظ على الأدلة عند وقوع الأزمة.
 - الالتزامات الأخلاقية أثناء الأزمات: الشفافية مقابل المسؤولية القانونية.
 - محاكاة: إدارة أزمة خرق البيانات، وموازنة رسائل العلاقات العامة مع المشورة القانونية

اليوم الخامس بناء ثقافة أخلاقية ومشروع التخرج

- **الجلسة الصباحية: تنفيذ الامتثال والتدريب**
 - إنشاء سياسات وسائل التواصل الاجتماعي الداخلية والمبادئ التوجيهية الأخلاقية.
 - تدريب المتحدثين الرسميين والموظفين على الحدود الأخلاقية والقانونية.
 - العمل بشكل فعال مع المستشار القانوني.
- **جلسة بعد الظهر: تطبيق مشروع التخرج**
 - **السيناريو النهائي:** تُعرض على المجموعات قضية معقدة ومتعددة القضايا، تتضمن حملة مقترحة تنطوي على غموض أخلاقي ومخاطر قانونية. يجب عليهم:
 - i. تحديد جميع المشاكل المحتملة.
 - ii. وضع خطة للتخفيف من المخاطر.
 - iii. قرر ما إذا كان يجب عليك المضي قدمًا، وإذا كان الأمر كذلك، فكيف.
 - iv. عرض قراراتهم ومبرراتهم.
 - **ملخص الدورة:** النقاط الرئيسية والموارد اللازمة للبقاء على اطلاع دائم.
 - **شهادة إتمام الدراسة.**

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com

Registration Form

- Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)
- Position
- Telephone / Mobile
- Personal E-Mail
- Official E-Mail
- Company Name
- Address
- City / Country

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- ☐ Please invoice me
- ☐ Please invoice my company

Course Calander:



23/03/2026 - 27/03/2026 [Click Now](#)



29/06/2026 - 03/07/2026 [Click Now](#)



05/10/2026 - 09/10/2026 [Click Now](#)

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



THANK YOU

CONTACT US

 +963 112226969

 +963 953865520

 Info@futurecentre.com

 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net