

Masterclass in Ethics and legal issues in PR

Led by industry experts

Marketing & Media

Masterclass in Ethics and legal
issues in PR

Code: 255014



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net




Course Introduction

Public Relations operates at the intersection of persuasion, public trust, and the law. In an era of digital permanence, viral misinformation, and heightened public scrutiny, the stakes for PR professionals have never been higher. A single ethical misstep or legal oversight can trigger a catastrophic crisis, eroding hard-earned reputation in an instant. This masterclass is designed for senior PR leaders and practitioners who need to navigate this complex landscape with confidence and integrity.

This is not a introductory course on professional codes of conduct. It is a deep, strategic dive into the most pressing ethical dilemmas and legal perils facing modern communicators. Through rigorous case studies of real-world scandals and successes, expert legal frameworks, and high-pressure simulations, this masterclass equips participants to become the ethical conscience of their organization, make defensible decisions under pressure, and implement robust governance structures that mitigate risk and protect brand equity.

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 masterclass, participants will be able to:

- **Analyze** complex PR scenarios through multiple ethical frameworks (deontological, utilitarian, virtue-based) to guide decision-making.
- **Identify and mitigate** legal risks across the entire PR function, including defamation, privacy, intellectual property, and regulatory compliance.
- **Develop and implement** comprehensive organizational policies for ethical social media use, influencer partnerships, and disclosure.
- **Navigate** the attorney-client relationship and manage the tension between legal counsel's risk aversion and PR's imperative for transparency.
- **Lead** crisis communication efforts that are both ethically sound and legally defensible.
- **Design and champion** a culture of ethical practice within their organization or agency.

Who Should Attend?

This advanced masterclass is designed for experienced professionals who set strategy and hold leadership responsibilities:

- **Chief Communications Officers (CCOs) and VPs of Communications**
- **Senior PR Directors and Heads of Public Affairs**
- **Agency Partners and Senior Account Directors**
- **Corporate Communications Executives**
- **Legal Counsel** specializing in media, marketing, or intellectual property law
- **Senior Marketing Leaders** with PR oversight
- **Government Public Information Officers (PIOs)**

Course Outline

Day 1: The Ethical Foundation: Frameworks for Modern PR

Morning Session: Beyond the Code of Ethics

- Deep Dive into Ethical Philosophies: Deontology, Consequentialism, and Virtue Ethics. How to apply them to PR dilemmas.
- The PRSA Code of Ethics: A critical analysis of its strengths and limitations in the digital age.
- **Case Study:** Dissect a historic PR scandal (e.g., a pharmaceutical case) using different ethical frameworks.

Afternoon Session: The PR Professional as the Ethical Conscience

- Managing Up and Across: How to counsel senior executives on ethical issues.
- Building a Business Case for Ethics: Connecting ethical practice to reputation capital and long-term value.
- **Workshop:** Role-play counseling a CEO who wants to pursue an ethically questionable strategy.

Day 2: The Legal Minefield: Core Concepts for Communicators

Morning Session: Defamation and Reputation Management

- Libel vs. Slander: Understanding the elements of a claim (publication, identification, falsity, fault, harm).
- Defenses: Truth, privilege, and opinion. The line between aggressive PR and defamation.
- The Dangers of “Astroturfing” and Fake Reviews.

Afternoon Session: Intellectual Property in PR

- Copyright Law: Fair use of images, music, and text in campaigns. Understanding licenses.
- Trademark Law: Proper use of brand names, logos, and hashtags. Avoiding genericide and infringement.
- **Practical Exercise:** Audit a portfolio of PR assets (a press kit, social content) for potential IP violations.

Day 3: Digital Disclosure, Transparency, and Regulation

Morning Session: The Rules of Engagement: FTC and Beyond

- FTC Endorsement Guidelines Deep Dive: #ad, #sponsored, and the requirement for “clear and conspicuous” disclosure.
- Global Regulations: Navigating GDPR, CCPA, and other privacy laws in PR campaigns (e.g., data collection for media lists).
- **Case Study:** Analyze FTC enforcement actions against brands and influencers.

Afternoon Session: Transparency and Truth

- The Ethical Management of Data and Privacy.
- Native Advertising and Sponsored Content: Best practices for labeling and transparency.
- **Simulation:** Manage the fallout from a poorly disclosed influencer campaign that has attracted regulatory attention.

Course Outline

Day 4: High-Stakes Scenarios: Crisis, Litigation, and Internal Affairs

Morning Session: Crisis Communication in a Legal Context

- The Legal Hold: Preserving evidence when litigation is foreseeable.
- Balancing Transparency with Liability: What to say (and not say) during an active lawsuit or regulatory investigation.
- Working in Tandem with Legal Counsel: A collaborative model.

Afternoon Session: Internal Ethics and Whistleblowing

- Creating and Enforcing Internal Social Media and Ethics Policies.
- The PR Professional's Role in Internal Investigations and Whistleblower Scenarios.
- **Workshop:** Develop a protocol for handling an internal crisis with significant legal and ethical dimensions (e.g., executive misconduct).

Day 5: Integration, Governance, and Capstone

Morning Session: Building an Ethical Infrastructure

- Implementing Effective Training and Governance Programs for your team and organization.
- *- Auditing and Managing Risk in Agency-Client Relationships.
- Developing a Personal Ethical Leadership Plan.

Afternoon Session: Capstone Simulation

- **Final Exercise:** A complex, multi-stage crisis simulation unfolds in real-time. Participants must:
 - Identify the ethical and legal issues at play.
 - Work with “legal counsel” (the facilitator) to assess risk.
 - Make strategic decisions on messaging and disclosure.
 - Conduct a press conference.
 - Navigate the social media fallout.
- **Expert Debrief and Feedback:** A detailed review of decisions made during the simulation.
- **Masterclass Conclusion:** The role of the PR leader as ethical guardian.
- **Certification.**

المقدمة

تعمل العلاقات العامة على تقاطع الإقناع وثقة الجمهور والقانون. في عصر الثبات الرقمي، والتضليل الفيروسي، والرقابة العامة المتزايدة، لم تكن المخاطر التي يواجهها متخصصو العلاقات العامة أعلى من أي وقت مضى. قد يؤدي أي خطأ أخلاقي أو إهمال قانوني إلى أزمة كارثية، تُقوّض السمعة التي اكتسبها بشق الأنفس في لحظة. صُممت هذه الدورة التدريبية لكبار قادة وممارسي العلاقات العامة الذين يحتاجون إلى خوض هذا المجال المعقد بثقة ونزاهة.

هذه ليست دورة تمهيدية حول قواعد السلوك المهني، بل هي دراسة معمقة واستراتيجية لأهم المعضلات الأخلاقية والمخاطر القانونية التي تواجه خبراء الاتصال المعاصرين. من خلال دراسات حالة دقيقة لفضائح ونجاحات واقعية، وأطر قانونية متخصصة، ومحاكاة عالية الضغط، تُهيئ هذه الدورة التدريبية المشاركين ليصبحوا الضمير الأخلاقي لمؤسساتهم، واتخاذ قرارات سليمة تحت الضغط، وتطبيق هياكل حوكمة متينة تُخفف من المخاطر وتحمي قيمة العلامة التجارية.

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 التدريبية بنجاح، سيكون المشاركون قادرين على:
- تحليل سيناريوهات العلاقات العامة المعقدة من خلال أطر أخلاقية متعددة (أخلاقية، نفعية، مبنية على الفضيلة) لتوجيه عملية اتخاذ القرار.
- تحديد المخاطر القانونية والتخفيف منها عبر وظيفة العلاقات العامة بأكملها، بما في ذلك التشهير والخصوصية والملكية الفكرية والامتثال التنظيمي.
- تطوير وتنفيذ سياسات تنظيمية شاملة للاستخدام الأخلاقي لوسائل التواصل الاجتماعي، والشراكات المؤثرة، والإفصاح .
- إدارة العلاقة بين المحامي والعميل وإدارة التوتر بين نفور المستشار القانوني من المخاطرة وضرورة العلاقات العامة للشفافية.
- قيادة جهود الاتصال في حالات الأزمات التي تكون سليمة أخلاقياً وقابلة للدفاع عنها قانونياً.
- تصميم وتعزيز ثقافة الممارسة الأخلاقية داخل مؤسستهم أو وكالتهم

من ينبغي أن يهتم؟

تم تصميم هذه الدورة المتقدمة للمحترفين ذوي الخبرة الذين يضعون الاستراتيجيات ويتحملون مسؤوليات القيادة:

- مديرو الاتصالات الرئيسيون ونائبو رئيس الاتصالات
- كبار مديري العلاقات العامة ورؤساء الشؤون العامة
- شركاء الوكالة ومديري الحسابات الكبار
- مسؤولي الاتصالات المؤسسية
- مستشار قانوني متخصص في قانون الإعلام أو التسويق أو الملكية الفكرية
- كبار قادة التسويق مع الإشراف على العلاقات العامة
- موظفو المعلومات العامة الحكوميون

محتويات الكورس

اليوم الأول الأساس الأخلاقي: أطر العلاقات العامة الحديثة

الجلسة الصباحية: ما وراء مدونة الأخلاقيات

- تعمق في الفلسفات الأخلاقية: الأخلاقيات، والنفعية، وأخلاقيات الفضيلة. كيفية تطبيقها على معضلات العلاقات العامة.
- مدونة قواعد السلوك المهني للجمعية الأميركية للعلاقات العامة: تحليل نقدي لنقاط قوتها وحدودها في العصر الرقمي.
- دراسة الحالة: تحليل فضيحة العلاقات العامة التاريخية (على سبيل المثال، قضية الأدوية) باستخدام أطر أخلاقية مختلفة.

جلسة بعد الظهر: أخصائي العلاقات العامة باعتباره الضمير الأخلاقي

- الإدارة العليا والعليا: كيفية تقديم المشورة للمديرين التنفيذيين الكبار بشأن القضايا الأخلاقية.
- بناء حالة عمل للأخلاقيات: ربط الممارسة الأخلاقية برأس المال السمعي والقيمة الطويلة الأجل.
- ورشة عمل: لعب دور مستشار للرئيس التنفيذي الذي يرغب في اتباع استراتيجية مشكوك فيها أخلاقياً

اليوم الثاني حقل الألغام القانوني: المفاهيم الأساسية للمتواصلين

الجلسة الصباحية: التشهير وإدارة السمعة

- التشهير مقابل القذف: فهم عناصر الدعوى (النشر، التعريف، الزيف، الخطأ، الضرر).
- الدفاعات: الحقيقة، والامتياز، والرأي. الخط الفاصل بين العلاقات العامة العدوانية والتشهير.
- مخاطر "الترويج الزائف" والمراجعات المزيفة.

جلسة بعد الظهر: الملكية الفكرية في العلاقات العامة

- قانون حقوق النشر: الاستخدام العادل للصور والموسيقى والنصوص في الحملات. فهم التراخيص.
- قانون العلامات التجارية: الاستخدام السليم لأسماء العلامات التجارية والشعارات والوسوم. تجنب التعميم والانتهاك.
- تمرين عملي: قم بمراجعة مجموعة من أصول العلاقات العامة (مجموعة صحفية، محتوى اجتماعي) بحثاً عن انتهاكات الملكية الفكرية المحتملة.

اليوم الثالث الإفصاح الرقمي والشفافية والتنظيم

الجلسة الصباحية: قواعد الاشتباك: لجنة التجارة الفيدرالية وما بعدها

- نظرة متعمقة على إرشادات مصادقة لجنة التجارة الفيدرالية: #الإعلان، و#الرعاية، ومتطلبات الإفصاح "الواضح والبارز".
- اللوائح العالمية: التنقل عبر اللائحة العامة لحماية البيانات وقانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا وقوانين الخصوصية الأخرى في حملات العلاقات العامة (على سبيل المثال، جمع البيانات لقوائم الوسائط).
- دراسة الحالة: تحليل إجراءات إنفاذ لجنة التجارة الفيدرالية ضد العلامات التجارية والمؤثرين.

جلسة بعد الظهر: الشفافية والحقيقة

- الإدارة الأخلاقية للبيانات والخصوصية.
- الإعلانات الأصلية والمحتوى المدعوم: أفضل الممارسات للتصنيف والشفافية.
- المحاكاة: إدارة التداعيات الناجمة عن حملة مؤثرة لم يتم الكشف عنها بشكل جيد والتي جذبت انتباه الجهات التنظيمية.

محتويات الكورس

اليوم الرابع سيناريوهات ذات مخاطر عالية: الأزمات، والتقاضي، والشؤون الداخلية

- **الجلسة الصباحية: التواصل في الأزمات في السياق القانوني**
 - الحماية القانونية: الحفاظ على الأدلة عندما يكون من الممكن توقع التقاضي.
 - موازنة الشفافية مع المسؤولية: ما يجب قوله (وما لا يجب قوله) أثناء دعوى قضائية نشطة أو تحقيق تنظيمي.
 - العمل جنبًا إلى جنب مع المستشار القانوني: نموذج تعاوني.
- **جلسة بعد الظهر: الأخلاقيات الداخلية والإبلاغ عن المخالفات**
 - إنشاء وتنفيذ سياسات وسائل التواصل الاجتماعي والأخلاقيات الداخلية.
 - دور متخصص العلاقات العامة في التحقيقات الداخلية وسيناريوهات المبلغين عن المخالفات.
 - **ورشة عمل:** تطوير بروتوكول للتعامل مع الأزمات الداخلية ذات الأبعاد القانونية والأخلاقية الهامة (على سبيل المثال، سوء السلوك التنفيذي).

اليوم الخامس التكامل والحوكمة والمشروع النهائي

- **الجلسة الصباحية: بناء البنية التحتية الأخلاقية**
 - تنفيذ برامج التدريب والحوكمة الفعالة لفريقك ومنظمتك.
 - * - التدقيق وإدارة المخاطر في العلاقات بين الوكالة والعملاء.
 - تطوير خطة القيادة الأخلاقية الشخصية.
- **جلسة بعد الظهر: محاكاة المشروع النهائي**
 - **التمرين النهائي:** محاكاة أزمة معقدة ومتعددة المراحل، تُجرى في الوقت الفعلي. يجب على المشاركين:
 - تحديد القضايا الأخلاقية والقانونية المطروحة.
 - العمل مع "المستشار القانوني" (الميسر) لتقييم المخاطر.
 - اتخاذ قرارات استراتيجية بشأن الرسائل والإفصاح.
 - إجراء مؤتمر صحفي.
 - تعرف على تداعيات وسائل التواصل الاجتماعي.
 - **إحاطة الخبراء وردود الفعل:** مراجعة تفصيلية للقرارات المتخذة أثناء المحاكاة.
 - **خاتمة الدورة التدريبية:** دور قائد العلاقات العامة كحارس أخلاقي.
 - **شهادة.**

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:



06/04/2026 - 10/04/2026 [Click Now](#)



13/07/2026 - 17/07/2026 [Click Now](#)



19/10/2026 - 23/10/2026 [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