

ĐỀ DỰ ĐOÁN ĐẶC BIỆT
PHÁT TRIỂN ĐỀ MINH HỌA 2025: ĐỀ SỐ 19

Read the following article and mark the letter A, B, C, or D to indicate the correct option that best fits each of the numbered blanks from 1 to 6.

People volunteer for different reasons, but probably most of us volunteer in order to try to improve life for others. However, (1) _____ brings a reward. It seems that volunteers can expect (2) _____ themselves as well! In the past few years, studies have been showing that people who volunteer typically experience greater (3) _____ of self-esteem than those who don't. Similarly, their overall health and well-being also improves. People who volunteer regularly today will live longer in the future, and they tend to suffer from fewer diseases – although of course there are no guarantees!

Partly, these health benefits are (4) _____ the extra exercise, as volunteers are usually fairly active people. Helping others burns calories! What's more, it seems that we generally enjoy making others happy, in turn (5) _____ our energy and fitness levels.

So how much time should we volunteer for? (6) _____ studies suggest that we need to volunteer for at least 100 hours a year to enjoy the full advantages.

(Adapted from *Insight*)

- | | | | |
|------------------------------|------------------|-------------------|------------------|
| Question 1. A. modesty | B. sympathy | C. generosity | D. understanding |
| Question 2. A. to benefit | B. to benefiting | C. benefiting | D. benefit |
| Question 3. A. amounts | B. numbers | C. levels | D. qualities |
| Question 4. A. regardless of | B. due to | C. in contrast to | D. except for |
| Question 5. A. that boosts | B. boosted | C. to boost | D. boosting |
| Question 6. A. Each | B. Another | C. The others | D. Some |

Read the following story and mark the letter A, B, C, or D to indicate the correct option that best fits each of the numbered blanks from 7 to 12.

If they hadn't owned a goat ...

When we think about who has had the biggest impact (7) _____ our lives so far, many of us would probably say parents, friends or teachers. For Beatrice Biira it is ... a goat. Beatrice, her mother and her seven brothers and sisters lived in a small village in Uganda. They were very poor and basic (8) _____ were a luxury. When Beatrice was nine, a life-changing event happened to them. The family was given a goat by a (9) _____ called Heifer International.

Within three months of receiving the goat, Beatrice and her family had (10) _____ enough money from the sale of the goat's milk to send Beatrice to school. Although she was much older than the other children in her class, she did well, studied hard and soon won a scholarship to a school in Massachusetts, USA. From there, she (11) _____ to Connecticut College and then finally studied for a Master's Degree. Beatrice has many people to thank for their support and encouragement along the way. But most of all, she's grateful to that first goat.

Beatrice now works as an ambassador for Heifer. It's a very (12) _____ and worthwhile job – she is happy to help other children like her and to return the gift of hope that Heifer gave her when she was nine years old.

(Adapted from *Insight*)

- | | | | |
|------------------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| Question 7. A. for | B. with | C. of | D. on |
| Question 8. A. necessities | B. facilities | C. appliances | D. commodities |
| Question 9. A. charity small group | | B. small charity group | |
| | C. group small charity | D. small group charity | |
| Question 10. A. kept | B. put | C. raised | D. shared |
| Question 11. A. put off | B. took up | C. went on | D. filled in |

Question 12. A. meaning

B. meaningfully

C. mean

D. meaningful

Mark the letter A, B, C or D to indicate the best arrangement of utterances or sentences to make a meaningful exchange or text in each of the following questions from 13 to 17.

Question 13.

- a. I handle everything from cooking and cleaning to managing the children's schedules and schoolwork.
- b. Overall, being a house husband has shown me that contribution isn't measured by income, but by commitment and care.
- c. While some might be surprised by my daily routine, staying home to care for the household has become my full-time responsibility.
- d. My partner and I have divided our roles based on what works best for us, not outdated expectations.
- e. Although the tasks can be demanding, I find satisfaction in creating a stable and comfortable environment for my family.

A. d – e – a – c – b

B. e – c – d – a – b

C. a – d – c – e – b

D. c – a – e – d – b

Question 14.

Dear City Council,

- a. In addition, I am curious whether there are any costs or scholarships available for participants.
- b. As a student who is passionate about cultural exchange, I believe this opportunity could be incredibly enriching.
- c. Thank you in advance for providing further details regarding this initiative.
- d. It would be helpful to learn about the destinations involved and the duration of each exchange.
- e. I recently heard about the youth exchange programme and would like to know more about the application process and eligibility criteria.

Best regards,

Ha Anh Nguyen

A. b – d – a – e – c

B. d – c – b – a – e

C. e – b – d – a – c

D. c – e – d – a – b

Question 15.

- a. **Linh:** Have you seen that video of teens singing quan họ on TikTok? It's going viral!
- b. **Linh:** I think it's a smart way to get more people interested in traditional music.
- c. **Linh:** It's great to see young people keeping the tradition alive.
- d. **Minh:** Yeah! I was surprised how many people liked it.
- e. **Minh:** Social media really helps spread cultural things like this.

A. c – d – b – e – a

B. a – d – c – e – b

C. c – e – b – d – a

D. a – e – b – d – c

Question 16.

- a. In many coastal regions, volunteers and scientists collaborate to ensure hatchlings reach the ocean safely.
- b. As a result, some turtle populations have begun to recover, although challenges like pollution and illegal poaching remain.
- c. These initiatives often involve monitoring nesting sites, relocating eggs to safer areas, and educating local communities about sustainable practices.
- d. Sea turtle conservation programmes play a crucial role in protecting these endangered marine creatures from extinction.
- e. The success of such programmes depends on long-term commitment and global cooperation.

A. d – e – b – a – c

B. d – a – c – e – b

C. d – b – e – c – a

D. d – c – a – b – e

Question 17.

- a. **Bao:** It sounds convenient, especially with smart transport and energy-saving buildings.

b. An: I think it would make everyday life easier, but I'd still want some green space around.

c. An: Have you ever thought about living in a smart city with automated systems?

A. c – a – b

B. b – a – c

C. a – c – b

D. b – c – a

Read the following passage about Fat America and mark the letter A, B, C, or D to indicate the correct option that best fits each of the numbered blanks from 18 to 22.

America is getting fatter. Back in the 1970s, only 10% of teens were overweight, but today, one in three teenagers (or more than 25 million) are overweight or obese. Let's take a look at the reasons why.

In the suburbs, houses are bigger, gardens are bigger, and teenagers are bigger, too. It's easy to see why – they go everywhere in cars. Suburbs are a long way from shopping centres, schools and friends' houses. **(18)** _____. As a result, families spend an average of two hours a day in their cars.

A typical American family has three TVs and the average teenager, or 'screenager', **(19)** _____. By the time they leave High School, most teenagers will have spent more time in front of a TV than in the classroom. But it's not just TV **(20)** _____. The average US home has 24 electronic gadgets, including smartphones, computers and games consoles. It's not surprising that only 12.2% of American teenagers actually exercise each week.

Fast food is one of America's great success stories and Americans have been eating hamburgers for decades. Today, 50% of meals are eaten outside the home and more than three quarters of American teenagers eat at a fast food meal at least once a week. **(21)** _____. Why? Probably because the salt, fat and sugar makes it taste really good.

So what does the future hold for America? Doctors fear an epidemic of illnesses like diabetes, heart disease and cancer. But health centres for obese children are starting to make a difference. At the centres are children like 12-year-old Conchita. Conchita's tired today because she's been exercising. 'It's hard work, but I'm feeling good,' she says. 'How many times has she exercised this week?' 'Three,' she replies, 'and I've given up fast food, too.' 'Wanting long lives and hoping to achieve many goals, **(22)** _____.' explains a doctor at the centre.

(Adapted from *Insight*)

Question 18.

- A. It is the lack of pavements that encourages people to walk or cycle rather than drive
- B. They often have no pavements, making it more dangerous to walk or cycle than to drive
- C. Were it not for pavements, people would choose to walk or cycle instead of driving
- D. Having no pavements, people in these areas tend to walk or cycle rather than drive

Question 19.

- A. that spends 22 hours weekly in front of the TV
- B. devoting 22 hours every week to watching television programmes
- C. whose dedication to 22 hours to watch TV each week
- D. watches 22 hours of television every week

Question 20.

- A. that makes kids extremely inactive
- B. caused children to become highly sedentary
- C. of which a significant lack of physical activity among kids
- D. resulted in children being far less physically active

Question 21.

- A. However much people have eaten fast food for years, they are still aware of its problems
- B. The problems of fast food remain mysterious to people who have eaten it for years
- C. People have known about the problems of fast food for years, but they still eat it

D. Having known about fast food for years, people still eat it despite its problems

Question 22.

- A. these kids are working hard to change their habits
- B. their attempts to change their habits are starting to pay off
- C. joining this centre has motivated them to adopt healthier habits
- D. their habits are beginning to improve thanks to their commitment

Read the following passage about Nick Vujcic and mark the letter A, B, C, or D to indicate the correct answer to each of the questions from 23 to 30.

Before Nick Vujcic was born, his parents had no idea that he would go on to have any medical problems – none of the medical checks had ever shown a problem. However, when he was born, it was clear that his life would be different from that of other babies. Growing up would not be easy. His parents decided to send him to a normal school, where he would use a wheelchair, and where there were carers available to assist him.

The experience was difficult, but Nick feels it was the best decision his parents could have made, because it would give him a sense of independence. Unsurprisingly, when he was at school, he sometimes felt depressed and lonely, and was sometimes bullied. But he always had the support of his loyal friends and family, and these people made him determined to **overcome** many problems. He even went on to study at university, where he was awarded a degree in Financial Planning and Real Estate.

What surprises many people is just how **optimistic** Nick can be, and how many different things he has managed to do. Much of this is down to his parents. His father put him in the water for the first time when he was 18 months, so that Nick would be self-confident enough to swim when he was older. He has one small foot which he can use to help him move around in the water. He is able to operate a computer by using the toe on this foot to type, something he learned to do when he was just six years old. And when he plays golf – yes, he even plays golf – he is able to hold the golf club under his chin.

A big part of Nick's life now is giving motivational talks. He travels around the world and has shared his inspiring story with millions of people, speaking to audiences in packed stadiums. Nick's message is that you should never give up, and that people should love themselves even when they fail.

(Adapted from *Empower*)

Question 23. Who was responsible for assisting Nick when he was at school?

- A. his father
- B. his parents
- C. carers
- D. other classmates

Question 24. The word "it" in paragraph 2 refers to _____.

- A. degree
- B. experience
- C. independence
- D. support

Question 25. The word "**overcome**" in paragraph 2 is **OPPOSITE** in meaning to _____.

- A. avoid
- B. solve
- C. face
- D. affect

Question 26. The word "**optimistic**" in paragraph 3 is **CLOSEST** in meaning to _____.

- A. careful
- B. successful
- C. positive
- D. friendly

Question 27. Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 4?

A big part of Nick's life now is giving motivational talks.

- A. Nick now frequently attends motivational talks as part of his routine.
- B. Nick now spends much of his time delivering inspirational speeches.
- C. Nick's life now only focuses on giving speeches to others to inspire them.
- D. Nick now spends most of his life encouraging others through his talks.

Question 28. Which of the following is **NOT** true according to the passage?

- A. Nick's father made an effort to familiarise him with swimming at a very young age.
- B. As he often fell into depression and isolation, Nick was occasionally bullied at school.
- C. Despite his disability, Nick still completed his studies at university and earned a degree.

D. Nick has demonstrated his amazing ability to adapt to his physical limitations.

Question 29. In which paragraph does the writer explore how amazing Nick is given his disability?

- A. Paragraph 1 B. Paragraph 2 C. Paragraph 3 D. Paragraph 4

Question 30. In which paragraph does the writer leave the reader with a key takeaway?

- A. Paragraph 1 B. Paragraph 2 C. Paragraph 3 D. Paragraph 4

Read the following passage about stealth marketing and mark the letter A, B, C, or D to indicate the correct answer to each of the questions from 31 to 40.

Imagine this: on your way home, a ‘tourist’ in the street asks you to take a photo with their camera. [I] You do and, afterwards, they tell you how they bought the camera recently and how it’s on special offer. [II] Welcome to the world of stealth marketing. [III] You may say you haven’t met a stealth marketer yet, but that’s the point. [IV] The chances are that you have.

Stealth or ‘word of mouth’ marketing isn’t like normal advertising. We can recognise adverts on billboards or in glossy magazines, but it’s difficult to **spot** stealth marketing – it just tricks us. **More than \$500 billion a year is spent on advertising worldwide, but compared with conventional advertising campaigns, stealth marketing is cheap and effective.** So how does it work? Well, let’s look at company X. Company X wants to launch a new product for teens. They need their product to look ‘cool’ and interesting, so they decide to pay young people to talk about **it**. Seventeen-year-old Tanya Fulham is one of them.

Tanya Fulham is beautiful, sporty and clever. She’s interested in fashion, loves shopping, and listens to the latest pop music. She has more than 150 friends on her social media page and she often influences their choices and opinions. She’s the latest recruit of an undercover marketing agency. People like Tanya promote brands in blogs and on social media websites. ‘It’s great getting free samples of cool, new products that my friends haven’t heard about,’ adds Tanya. ‘It makes me feel important because I have **insider knowledge.**’ But do her friends know that she is paid to promote them? ‘No, they don’t,’ she admits. ‘But I don’t think it’s dishonest. If I find something I like, I talk about it. It doesn’t make any difference whether I’m paid or not.’

Perhaps Tanya is right. Lots of people tell others about the new book they’re reading, a new place they’ve discovered or a cool gadget they’ve just bought. We’re also a 24/7 generation and see more than 3,000 ads a day, so what difference does it make? However, other people are worried. ‘You think a person is being helpful,’ says retail psychologist David Green, ‘but that’s very different from someone telling us something because they are getting paid for it. We don’t know who to trust or who to listen to anymore.’ We have already met the stealth marketers and they are just like us.

(Adapted from *Insight*)

Question 31. Where in paragraph 1 does the following sentence best fit?

“New friend or fraud?”

- A. [I] B. [II] C. [III] D. [IV]

Question 32. According to paragraph 2, which of the following is **NOT** mentioned as a feature of stealth marketing?

- A. Paying young people to promote products
B. Making a product seem appealing to teenagers
C. Advertising openly through magazines and billboards
D. Being cheaper than traditional marketing campaigns

Question 33. The word “**spot**” in paragraph 2 is **OPPOSITE** in meaning to _____.

- A. notice B. reject C. hide D. overlook

Question 34. Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 2?

More than \$500 billion a year is spent on advertising worldwide, but compared with conventional advertising campaigns, stealth marketing is cheap and effective.

- A. Because stealth marketing is inexpensive and successful, the annual global spending on advertising surpasses \$500 billion, unlike conventional advertising campaigns.

- B. Were traditional campaigns more affordable and effective than stealth marketing, companies wouldn't be spending over \$500 billion a year on advertising worldwide.
- C. Although over \$500 billion is spent globally on advertising each year, stealth marketing is a cheaper and more effective alternative to traditional campaigns.
- D. Seldom is over \$500 billion spent on advertising annually in a traditional way without favouring low-cost and impactful methods like stealth marketing.

Question 35. The word “it” in paragraph 2 refers to _____.

- A. Company X
- B. stealth marketing
- C. product
- D. advertising

Question 36. Which of the following best summarises paragraph 3?

- A. Tanya enjoys fashion and music, shares product reviews, but refuses to tell her friends when she's promoting something for money unless she is required to do.
- B. A marketing agency trained Tanya to advertise products she enjoys doing, and she often posts brand promotions on social media to gain attention from her friends.
- C. Tanya promotes products online and influences her friends, but she doesn't find it makes any difference to her daily life.
- D. Tanya is a popular teen who promotes brands online but doesn't tell her friends she's paid, which she has no issue with.

Question 37. The phrase “insider knowledge” in paragraph 3 can be best replaced by _____.

- A. thorough understanding
- B. secret information
- C. special demand
- D. strong presence

Question 38. Which of the following is **TRUE** according to the passage?

- A. Tanya's friends are unaware of her getting paid to promote products, which is deemed dishonest.
- B. Companies nowadays primarily select young social media influencers to endorse their products.
- C. Tanya is prohibited from disclosing information about the products she promotes to her friends.
- D. Tanya finds it normal and acceptable not to reveal that she is paid to promote products to her friends.

Question 39. Which of the following can be inferred from the passage?

- A. Stealth marketing is like an epidemic as it is deceptive, appealing, and hard to detect.
- B. Stealth marketers can be ordinary people, which makes stealth marketing so effective.
- C. We are constantly bombarded with ads, so we fail to realise the power of marketing.
- D. Living in a modern society means we've lost our ability to distinguish real and fake ads.

Question 40. Which of the following best summarises the passage?

- A. Stealth marketing uses ordinary people like Tanya to promote products online without clearly revealing they're paid, making it hard to tell advertising from friendly advice.
- B. Young influencers like Tanya promote trendy products openly on social media, helping companies advertise more effectively than traditional campaigns like magazines or billboards.
- C. Stealth marketing often involves influencers like Tanya sharing product recommendations with friends, making it an honest and affordable approach to advertising.
- D. Tanya shares products she likes with friends online, and stealth marketing relies on teens' opinions to spread excitement about new items.

BẢNG TỪ VỰNG

STT	Từ vựng	Từ loại	Phiên âm	Nghĩa
1	probably	adv	/'prɒb.ə.bli/	có lẽ
2	generosity	n	/'dʒen.ə'rɒs.ə.ti/	sự hào phóng
3	self-esteem	n	/'self.i'sti:m/	lòng tự trọng

4	similarly	adv	/'sim.ɪ.lə.li/	tương tự
5	well-being	n	/'wel'bi:.ɪŋ/	hạnh phúc, sức khoẻ, phúc lợi
6	regularly	adv	/'reg.jə.lə.li/	thường xuyên
7	guarantee	v	/'gær.ən'ti:z/	đảm bảo
8	extra	adj	/'ek.strə/	thêm, phụ
9	fairly	adv	/'feə.li/	khá, tương đối
10	generally	adv	/'dʒen.ər.əl.i/	nhìn chung
11	fitness	n	/'fit.nəs/	thể lực
12	luxury	n	/'lʌk.jər.i/	sự xa xỉ
13	necessity	n	/'nə'ses.ə.ti/	sự cần thiết
14	encouragement	n	/'ɪn'kʌr.ɪdʒ.mənt/	sự động viên
15	grateful	adj	/'greɪt.fəl/	biết ơn
16	meaningfully	adv	/'mi:.niŋ.fəl.i/	có ý nghĩa
17	expectation	n	/'ek.spek'teɪ.ʃən/	sự mong đợi
18	outdated	adj	/'aʊt'deɪ.tɪd/	lỗi thời
19	satisfaction	n	/'sæt.ɪs'fæk.ʃən/	sự hài lòng
20	measure	v	/'meɜ:.ər/	đo lường
21	commitment	n	/'kəmɪt.mənt/	sự cam kết
22	recently	adv	/'ri:.sənt.li/	gần đây
23	application	n	/'æp.li'keɪ.ʃən/	đơn xin, ứng dụng
24	eligibility	n	/'el.ɪ.dʒə'bɪl.ə.ti/	sự đủ điều kiện
25	criteria	n	/'kraɪ'tɪə.ri.ə/	tiêu chí
26	incredibly	adv	/'ɪn'kred.ə.bli/	vô cùng, cực kỳ
27	involve	v	/'ɪn'vɒlv/	liên quan, bao gồm
28	initiative	n	/'ɪnɪʃ.ə.tɪv/	sáng kiến
29	duration	n	/'djʊə'reɪ.ʃən/	khoảng thời gian
30	conservation	n	/'kɒn.sə'veɪ.ʃən/	sự bảo tồn
31	endangered	adj	/'ɪn'deɪn.dʒəd/	bị đe dọa tuyệt chủng
32	extinction	n	/'ɪk'stɪŋk.ʃən/	sự tuyệt chủng
33	collaborate	v	/'kɒ'læb.ə.reɪt/	hợp tác
34	relocate	v	/'ri:.ləʊ'keɪt/	di dời
35	illegal	adj	/'ɪ'li:.gəl/	bất hợp pháp
36	automated	adj	/'ɔ:.tə.meɪ.tɪd/	tự động hóa
37	convenient	adj	/'kɒn'vi:.ni.ənt/	tiện lợi
38	average	adj	/'æv.ər.ɪdʒ/	trung bình
39	extremely	adv	/'ɪk'stri:m.li/	cực kỳ
40	epidemic	n	/'ep.ɪ'dem.ɪk/	dịch bệnh
41	pavement	n	/'peɪv.mənt/	vỉa hè
42	inactive	adj	/'ɪn'æk.tɪv/	không hoạt động

43	medical	adj	/'med.i.kəl/	y tế
44	available	adj	/ə'veɪ.lə.bəl/	sẵn có
45	independence	n	/'ɪn.dɪ'pen.dəns/	sự độc lập
46	overcome	v	/'əʊ.və'kʌm/	vượt qua
47	optimistic	adj	/'ɒp.tɪ'mɪs.tɪk/	lạc quan
48	motivational	adj	/'məʊ.tɪ'veɪ.ʃən.əl/	truyền cảm hứng
49	inspirational	adj	/'ɪn.spɪ'reɪ.ʃən.əl/	truyền cảm hứng
50	isolation	n	/'aɪ.səl'eɪ.ʃən/	sự cô lập
51	afterwards	adv	/'ɑːf.tə.wədz/	sau đó
52	advert	n	/'æd.vɜːt/	quảng cáo
53	retail	n	/'riː.teɪl/	bán lẻ
54	reject	v	/'rɪ'dʒekt/	từ chối
55	overlook	v	/'əʊ.və'lʊk/	bỏ sót, bỏ qua
56	conventional	adj	/'kɒn'ven.ʃən.əl/	thông thường

BẢNG CẤU TRÚC

STT	Cấu trúc	Nghĩa
1	try to do something	cố gắng làm gì đó
2	expect to do something	mong đợi làm gì đó
3	suffer from something	chịu đựng, mắc phải cái gì đó
4	impact on	tác động lên
5	play a role in something	đóng vai trò trong việc gì đó
6	give up	từ bỏ
7	be different from something	khác biệt với cái gì đó
8	make somebody do something	bắt ai đó làm gì đó
9	manage to do something	có thể làm được gì đó (khó khăn)
10	be able to do something	có thể làm gì đó
11	focus on	tập trung vào

ĐÁP ÁN CHI TIẾT

Question 1:

DỊCH BÀI:	
<p>People volunteer for different reasons, but probably most of us volunteer in order to try to improve life for others. However, generosity brings a reward. It seems that volunteers can expect to benefit themselves as well! In the past few years, studies have been showing that people who volunteer</p>	<p>Mọi người tình nguyện vì nhiều lý do khác nhau, nhưng có lẽ hầu hết chúng ta tình nguyện để cố gắng cải thiện cuộc sống cho người khác. Tuy nhiên, sự hào phóng mang lại phần thưởng. Có vẻ như những người tình nguyện cũng có thể mong đợi lợi ích cho bản thân! Trong vài năm qua, các nghiên cứu đã chỉ</p>

typically experience greater levels of self-esteem than those who don't. Similarly, their overall health and well-being also improves. People who volunteer regularly today will live longer in the future, and they tend to suffer from fewer diseases – although of course there are no guarantees!	ra rằng những người làm tình nguyện thường có lòng tự trọng cao hơn những người không làm. Tương tự như vậy, sức khỏe và hạnh phúc tổng thể của họ cũng được cải thiện. Những người tình nguyện thường xuyên ngày nay sẽ sống lâu hơn trong tương lai và họ có xu hướng mắc ít bệnh hơn - mặc dù tất nhiên là không có gì đảm bảo!
Partly, these health benefits are due to the extra exercise, as volunteers are usually fairly active people. Helping others burns calories! What's more, it seems that we generally enjoy making others happy, in turn boosting our energy and fitness levels.	Một phần, những lợi ích sức khỏe này là do tập thể dục nhiều hơn, vì những người tình nguyện thường là những người khá năng động. Giúp đỡ người khác đốt cháy calo! Hơn nữa, có vẻ như chúng ta thường thích làm cho người khác hạnh phúc, từ đó tăng cường năng lượng và mức độ thể lực của chúng ta.
So how much time should we volunteer for? Some studies suggest that we need to volunteer for at least 100 hours a year to enjoy the full advantages.	Vậy chúng ta nên tình nguyện trong bao lâu? Một số nghiên cứu cho thấy chúng ta cần tình nguyện ít nhất 100 giờ một năm để tận hưởng đầy đủ những lợi ích.

Question 1:

Kiến thức về từ vựng:

- A. modesty /'mɒd.ə.sti/ (n): sự khiêm tốn
- B. sympathy /'sɪm.pə.θi/ (n): sự thông cảm
- C. generosity /,dʒen.ə'rɒs.ə.ti/ (n): sự hào phóng, lòng tốt
- D. understanding /,ʌn.də'stænd.ɪŋ/ (n): sự hiểu biết

Tạm dịch: However, generosity brings a reward. (Tuy nhiên, sự hào phóng mang lại phần thưởng.)

→ Chọn đáp án C

Question 2:

Kiến thức về động từ nguyên mẫu có 'to':

- expect + to V: mong đợi gì đó

Tạm dịch: It seems that volunteers can expect to benefit themselves as well! (Có vẻ như những người tình nguyện cũng có thể mong đợi lợi ích cho bản thân!)

→ Chọn đáp án A

Question 3:

Kiến thức về cụm từ chỉ lượng:

- A. amount of + danh từ không đếm được: lượng
- B. the number of + danh từ số nhiều: số lượng
- C. level of + danh từ không đếm được: mức độ
- D. quality of + N: chất lượng

Ta có 'self-esteem' là danh từ không đếm được và dựa vào ngữ cảnh ta dùng 'level of'.

Tạm dịch: In the past few years, studies have been showing that people who volunteer typically experience greater levels of self-esteem than those who don't. (Trong vài năm qua, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng những người làm tình nguyện thường có lòng tự trọng cao hơn những người không làm.)

→ Chọn đáp án C

Question 4:

Kiến thức về từ nối:

- A. regardless of: bất chấp
- B. due to: do, vì
- in contrast to: trái ngược với
- D. except for: ngoại trừ

Tạm dịch: Partly, these health benefits are due to the extra exercise, as volunteers are usually fairly active people. (Một phần, những lợi ích sức khỏe này là do tập thể dục nhiều hơn, vì những người tình nguyện thường là những người khá năng động.)

→ Chọn đáp án B

Question 5:

Rút gọn mệnh đề quan hệ:

Ta rút gọn 'which in turn boosts' bằng cách rút gọn đại từ quan hệ và chuyển động từ sang dạng V-ing 'boosting'.

Tạm dịch: What's more, it seems that we generally enjoy making others happy, in turn boosting our energy and fitness levels. (Hơn nữa, có vẻ như chúng ta thường thích làm cho người khác hạnh phúc, từ đó tăng cường năng lượng và mức độ thể lực của chúng ta.)

→ Chọn đáp án D

Question 6:

Kiến thức về từ chỉ lượng:

- A. each + N số ít: mỗi
- B. another + N số ít: một cái/người khác
- C. the others: những...còn lại
- D. some + N số nhiều/không đếm được: một vài, một số

Ta có 'studies' là danh từ đếm được số nhiều nên ta dùng 'some'.

Tạm dịch: Some studies suggest that we need to volunteer for at least 100 hours a year to enjoy the full advantages. (Một số nghiên cứu cho thấy chúng ta cần tình nguyện ít nhất 100 giờ một năm để tận hưởng đầy đủ những lợi ích.)

→ Chọn đáp án D

Question 7:

DỊCH BÀI:	
If they hadn't owned a goat ...	Nếu họ không có một con dê...
When we think about who has had the biggest impact on our lives so far, many of us would probably say parents, friends or teachers. For Beatrice Biira it is ... a goat. Beatrice, her mother and her seven brothers and sisters lived in a small village in Uganda. They were very poor and basic necessities were a luxury. When Beatrice was nine, a life-changing event happened to them. The family was given a goat by a small charity group called Heifer International.	Khi nghĩ về những người có tác động lớn nhất đến cuộc sống của chúng ta cho đến nay, nhiều người trong chúng ta có lẽ sẽ nói là cha mẹ, bạn bè hoặc giáo viên. Đối với Beatrice Biira thì đó là... một con dê. Beatrice, mẹ cô và bảy anh chị em của cô sống trong một ngôi làng nhỏ ở Uganda. Họ rất nghèo và những nhu yếu phẩm cơ bản là xa xỉ. Khi Beatrice lên chín, một sự kiện thay đổi cuộc đời đã xảy ra với họ. Gia đình cô đã được một nhóm từ thiện nhỏ có tên là Heifer International tặng một con dê.
Within three months of receiving the goat, Beatrice and her family had raised enough money from the	Trong vòng ba tháng sau khi nhận được con dê, Beatrice và gia đình cô đã có đủ tiền từ việc bán sữa

<p>sale of the goat's milk to send Beatrice to school. Although she was much older than the other children in her class, she did well, studied hard and soon won a scholarship to a school in Massachusetts, USA. From there, she went on to Connecticut College and then finally studied for a Master's Degree. Beatrice has many people to thank for their support and encouragement along the way. But most of all, she's grateful to that first goat.</p>	<p>dê để cho Beatrice đi học. Mặc dù cô lớn tuổi hơn nhiều so với những đứa trẻ khác trong lớp, nhưng cô đã học rất giỏi, học hành chăm chỉ và sớm giành được học bổng vào một trường học ở Massachusetts, Hoa Kỳ. Từ đó, cô tiếp tục học tại Cao đẳng Connecticut và cuối cùng là học lên Thạc sĩ. Beatrice có rất nhiều người để cảm ơn vì sự ủng hộ và động viên của họ trên suốt chặng đường. Nhưng trên hết, cô biết ơn con dê đầu tiên đó.</p>
<p>Beatrice now works as an ambassador for Heifer. It's a very meaningful and worthwhile job – she is happy to help other children like her and to return the gift of hope that Heifer gave her when she was nine years old.</p>	<p>Beatrice hiện đang làm đại sứ cho Heifer. Đây là một công việc rất có ý nghĩa và đáng giá – cô bé rất vui khi được giúp đỡ những đứa trẻ khác giống mình và đáp lại món quà hy vọng mà Heifer đã trao tặng cô bé khi cô bé mới chín tuổi.</p>

Question 7:

Kiến thức về giới từ:

- impact on something: tác động đến điều gì

Tạm dịch: When we think about who has had the biggest impact on our lives so far, many of us would probably say parents, friends or teachers. (Khi nghĩ về những người có tác động lớn nhất đến cuộc sống của chúng ta cho đến nay, nhiều người trong chúng ta có lẽ sẽ nói là cha mẹ, bạn bè hoặc giáo viên.)

→ Chọn đáp án D

Question 8:

Kiến thức về từ vựng:

A. necessity /nə'sesəti/ (n): sự cần thiết, nhu yếu phẩm

B. facility /fə'sɪləti/ (n): cơ sở vật chất

C. appliance /ə'plaiəns/ (n): thiết bị, dụng cụ

D. commodity /kə'mɒdəti/ (n): hàng hóa, sản phẩm

Tạm dịch: They were very poor and basic necessities were a luxury. (Họ rất nghèo và những nhu yếu phẩm cơ bản là xa xỉ.)

→ Chọn đáp án A

Question 9:

Trật tự từ:

- small (adj): nhỏ

- charity group (np): nhóm từ thiện

Ta dùng tính từ 'small' trước cụm danh từ thông dụng 'charity group' để bổ nghĩa.

Tạm dịch: The family was given a goat by a small charity group called Heifer International. (Gia đình cô đã được một nhóm từ thiện nhỏ có tên là Heifer International tặng một con dê.)

→ Chọn đáp án B

Question 10:

Kiến thức về cụm từ thông dụng:

- raise money: gây quỹ, quyên góp tiền

Tạm dịch: Within three months of receiving the goat, Beatrice and her family had raised enough money from the sale of the goat's milk to send Beatrice to school. (Trong vòng ba tháng sau khi nhận được con dê, Beatrice và gia đình cô đã quyên góp đủ tiền từ việc bán sữa dê để cho Beatrice đi học.)

→ Chọn đáp án C

Question 11:

Kiến thức về cụm động từ thông dụng:

- A. put off: trì hoãn
- B. take up: bắt đầu (một sở thích, hoạt động)
- C. go on: tiếp tục
- D. fill in: điền vào (mẫu đơn, bảng biểu)

Tạm dịch: From there, she went on to Connecticut College and then finally studied for a Master's Degree. (Từ đó, cô tiếp tục học tại Cao đẳng Connecticut và cuối cùng là học lên Thạc sĩ.)

→ Chọn đáp án C

Question 12:

Kiến thức về từ loại:

- A. meaning /'mi:niŋ/ (n): ý nghĩa
- B. meaningfully /'mi:niŋ.fəl.i/ (adv): một cách có ý nghĩa
- C. mean /mi:n/ (v): có nghĩa là
- D. meaningful /'mi:niŋ.fəl/ (adj): có ý nghĩa

Trước liên từ 'and' ta cần một tính từ song hành với tính từ 'worthwhile' để bổ nghĩa cho danh từ 'job'. Vì vậy, 'meaningful' là tính từ phù hợp.

Tạm dịch: It's a very meaningful and worthwhile job – she is happy to help other children like her and to return the gift of hope that Heifer gave her when she was nine years old. (Đây là một công việc rất có ý nghĩa và đáng giá – cô bé rất vui khi được giúp đỡ những đứa trẻ khác giống mình và đáp lại món quà hy vọng mà Heifer đã trao tặng cô bé khi cô bé mới chín tuổi.)

→ Chọn đáp án D

Question 13:

DỊCH BÀI:	
While some might be surprised by my daily routine, staying home to care for the household has become my full-time responsibility. I handle everything from cooking and cleaning to managing the children's schedules and schoolwork. Although the tasks can be demanding, I find satisfaction in creating a stable and comfortable environment for my family. My partner and I have divided our roles based on what works best for us, not outdated expectations. Overall, being a house husband has shown me that contribution isn't measured by income, but by commitment and care.	Trong khi một số người có thể ngạc nhiên về thói quen hàng ngày của tôi, việc ở nhà chăm sóc gia đình đã trở thành trách nhiệm toàn thời gian của tôi. Tôi xử lý mọi thứ, từ nấu ăn và dọn dẹp đến quản lý lịch trình và bài tập về nhà của trẻ em. Mặc dù các nhiệm vụ có thể đòi hỏi nhiều công sức, tôi thấy hài lòng khi tạo ra một môi trường ổn định và thoải mái cho gia đình mình. Vợ tôi và tôi đã phân chia vai trò của mình dựa trên những gì phù hợp nhất với chúng tôi, chứ không phải những kỳ vọng lỗi thời. Nhìn chung, việc trở thành một người chồng nội trợ đã cho tôi thấy rằng sự đóng góp không được đo bằng thu nhập, mà bằng sự cam kết và chăm sóc.
→ Chọn đáp án D	

Question 14:

DỊCH BÀI:	
Dear City Council, I recently heard about the youth exchange programme and would like to know more about the application process and eligibility criteria. As a student who is passionate about cultural exchange, I believe this opportunity could be incredibly enriching. It would be helpful to learn about the destinations involved and the duration of each exchange. In addition, I am curious whether there are any costs or scholarships available for participants. Thank you in advance for providing further details regarding this initiative.	Kính gửi Hội đồng thành phố, Tôi vừa nghe về chương trình trao đổi thanh thiếu niên và muốn biết thêm về quy trình nộp đơn và tiêu chí đủ điều kiện. Là một sinh viên đam mê trao đổi văn hóa, tôi tin rằng cơ hội này có thể vô cùng bổ ích. Sẽ thật hữu ích khi được tìm hiểu về các điểm đến liên quan và thời gian diễn ra mỗi chương trình trao đổi. Ngoài ra, tôi tò mò liệu có bất kỳ chi phí hoặc học bổng nào dành cho những người tham gia không. Cảm ơn trước vì đã cung cấp thêm thông tin chi tiết về sáng kiến này.
Best regards, Ha Anh Nguyen	Trân trọng, Hà Anh Nguyễn
→ Chọn đáp án C	

Question 15:

DỊCH BÀI:	
Linh: Have you seen that video of teens singing quan họ on TikTok? It's going viral!	Linh: Cậu đã xem video các bạn trẻ hát quan họ trên TikTok chưa? Nó đang lan truyền nhanh chóng!
Minh: Yeah! I was surprised how many people liked it.	Minh: Có! Tớ ngạc nhiên khi thấy có nhiều người thích nó.
Linh: It's great to see young people keeping the tradition alive.	Linh: Thật tuyệt khi thấy những người trẻ tuổi vẫn giữ được truyền thống này.
Minh: Social media really helps spread cultural things like this.	Minh: Mạng xã hội thực sự giúp truyền bá những điều văn hóa như thế này.
Linh: I think it's a smart way to get more people interested in traditional music.	Linh: Tớ nghĩ đó là một cách thông minh để thu hút nhiều người quan tâm đến âm nhạc truyền thống hơn.
→ Chọn đáp án B	

Question 16:

DỊCH BÀI:	
Sea turtle conservation programmes play a crucial role in protecting these endangered marine creatures from extinction. These initiatives often involve monitoring nesting sites, relocating eggs to safer areas, and educating local communities about sustainable practices. In many coastal regions, volunteers and scientists collaborate to ensure hatchlings reach the ocean safely. As a result, some turtle populations have begun to recover, although challenges like pollution and illegal poaching remain.	Các chương trình bảo tồn rùa biển đóng vai trò quan trọng trong việc bảo vệ những sinh vật biển đang bị đe dọa này khỏi nguy cơ tuyệt chủng. Những sáng kiến này thường bao gồm việc giám sát các địa điểm làm tổ, di dời trứng đến các khu vực an toàn hơn và giáo dục cộng đồng địa phương về các hoạt động bền vững. Ở nhiều vùng ven biển, các tình nguyện viên và nhà khoa học hợp tác để đảm bảo rùa con được an toàn khi ra biển. Kết quả là, một số quần thể rùa đã bắt đầu phục hồi, mặc dù vẫn còn những

The success of such programmes depends on long-term commitment and global cooperation.	thách thức như ô nhiễm và nạn săn trộm bất hợp pháp. Sự thành công của các chương trình như vậy phụ thuộc vào cam kết lâu dài và hợp tác toàn cầu.
→ Chọn đáp án D	

Question 17:

DỊCH BÀI:	
An: Have you ever thought about living in a smart city with automated systems?	An: Cậu đã bao giờ nghĩ đến việc sống trong một thành phố thông minh với các hệ thống tự động chưa?
Bao: It sounds convenient, especially with smart transport and energy-saving buildings.	Bao: Nghe có vẻ tiện lợi, đặc biệt là với giao thông thông minh và các tòa nhà tiết kiệm năng lượng.
An: I think it would make everyday life easier, but I'd still want some green space around.	An: Mình nghĩ điều đó sẽ giúp cuộc sống hàng ngày dễ dàng hơn, nhưng mình vẫn muốn có một số không gian xanh xung quanh.
→ Chọn đáp án A	

Question 18:

DỊCH BÀI:	
America is getting fatter. Back in the 1970s, only 10% of teens were overweight, but today, one in three teenagers (or more than 25 million) are overweight or obese. Let's take a look at the reasons why.	Nước Mỹ đang béo phì. Quay trở lại những năm 1970, chỉ có 10% thanh thiếu niên thừa cân, nhưng ngày nay, cứ ba thanh thiếu niên (hay hơn 25 triệu người) thì có một người thừa cân hoặc béo phì. Hãy cùng xem lý do tại sao.
In the suburbs, houses are bigger, gardens are bigger, and teenagers are bigger, too. It's easy to see why – they go everywhere in cars. Suburbs are a long way from shopping centres, schools and friends' houses. They often have no pavements, making it more dangerous to walk or cycle than to drive. As a result, families spend an average of two hours a day in their cars.	Ở vùng ngoại ô, nhà cửa to hơn, vườn tược rộng hơn và thanh thiếu niên cũng cao lớn hơn. Thật dễ hiểu tại sao – họ đi khắp nơi bằng ô tô. Vùng ngoại ô cách xa các trung tâm mua sắm, trường học và nhà bạn bè. Họ thường không có vỉa hè, khiến việc đi bộ hoặc đạp xe trở nên nguy hiểm hơn là lái xe. Do đó, các gia đình dành trung bình hai giờ mỗi ngày trong ô tô.
A typical American family has three TVs and the average teenager, or 'screenager', watches 22 hours of television every week. By the time they leave High School, most teenagers will have spent more time in front of a TV than in the classroom. But it's not just TV that makes kids extremely inactive. The average US home has 24 electronic gadgets, including smartphones, computers and games consoles. It's not surprising that only 12.2% of American teenagers actually exercise each week.	Một gia đình điển hình của người Mỹ có ba chiếc TV và trung bình một thiếu niên, hay còn gọi là 'screenager', xem 22 giờ TV mỗi tuần. Đến khi rời trường trung học, hầu hết thanh thiếu niên sẽ dành nhiều thời gian trước TV hơn là ở lớp học. Nhưng không chỉ có TV khiến trẻ em trở nên cực kỳ lười vận động. Trung bình một ngôi nhà ở Hoa Kỳ có 24 thiết bị điện tử, bao gồm điện thoại thông minh, máy tính và máy chơi game. Không có gì ngạc nhiên khi chỉ có 12,2% thanh thiếu niên Mỹ thực sự tập thể dục mỗi tuần.
Fast food is one of America's great success stories and Americans have been eating hamburgers for	Thức ăn nhanh là một trong những câu chuyện thành công lớn của nước Mỹ và người Mỹ đã ăn

<p>decades. Today, 50% of meals are eaten outside the home and more than three quarters of American teenagers eat at a fast food meal at least once a week. People have known about the problems of fast food for years, but they still eat it. Why? Probably because the salt, fat and sugar makes it taste really good.</p>	<p>hamburger trong nhiều thập kỷ. Ngày nay, 50% bữa ăn được ăn bên ngoài nhà và hơn ba phần tư thanh thiếu niên Mỹ ăn đồ ăn nhanh ít nhất một lần một tuần. Mọi người đã biết về các vấn đề của thức ăn nhanh trong nhiều năm, nhưng họ vẫn ăn. Tại sao? Có lẽ vì muối, chất béo và đường làm cho nó có vị thực sự ngon.</p>
<p>So what does the future hold for America? Doctors fear an epidemic of illnesses like diabetes, heart disease and cancer. But health centres for obese children are starting to make a difference. At the centres are children like 12-year-old Conchita. Conchita's tired today because she's been exercising. 'It's hard work, but I'm feeling good,' she says. 'How many times has she exercised this week?' 'Three,' she replies, 'and I've given up fast food, too.' 'Wanting long lives and hoping to achieve many goals, these kids are working hard to change their habits. explains a doctor at the centre.</p>	<p>Vậy tương lai của nước Mỹ sẽ ra sao? Các bác sĩ lo sợ về một đại dịch các bệnh như tiểu đường, bệnh tim và ung thư. Nhưng các trung tâm y tế dành cho trẻ em béo phì đang bắt đầu tạo ra sự khác biệt. Tại các trung tâm này có những đứa trẻ như Conchita 12 tuổi. Conchita hôm nay mệt mỏi vì cô bé đã tập thể dục. 'Việc tập luyện rất vất vả, nhưng cháu cảm thấy khỏe', cô bé nói. 'Cháu đã tập thể dục bao nhiêu lần trong tuần này?' 'Ba lần,' cô bé trả lời, 'và cháu cũng đã từ bỏ đồ ăn nhanh.' 'Muốn sống lâu và hy vọng đạt được nhiều mục tiêu, những đứa trẻ này đang nỗ lực thay đổi thói quen của mình.' một bác sĩ tại trung tâm giải thích.</p>

Question 18:

Ta cần một câu hoàn chỉnh liên kết mạch lạc với các câu còn lại trong đoạn đang đề cập về việc thanh thiếu niên ở ngoại ô đi khắp nơi bằng ô tô.

A. Chính việc thiếu vỉa hè khuyến khích mọi người đi bộ hoặc đạp xe thay vì lái xe

→ Sai vì phi logic.

B. Họ thường không có vỉa hè, khiến việc đi bộ hoặc đạp xe trở nên nguy hiểm hơn lái xe

→ Đúng, phù hợp ngữ cảnh và liên kết mạch lạc với các câu còn lại của đoạn.

C. Nếu không có vỉa hè, mọi người sẽ chọn đi bộ hoặc đạp xe thay vì lái xe

→ Sai, không phù hợp ngữ cảnh đoạn đề cập chủ yếu lái xe.

D. Không có vỉa hè, mọi người ở những khu vực này có xu hướng đi bộ hoặc đạp xe thay vì lái xe

→ Sai vì không phù hợp với vế trước.

Tạm dịch: It's easy to see why – they go everywhere in cars. Suburbs are a long way from shopping centres, schools and friends' houses. They often have no pavements, making it more dangerous to walk or cycle than to drive. As a result, families spend an average of two hours a day in their cars. (Thật dễ hiểu tại sao – họ đi khắp nơi bằng ô tô. Vùng ngoại ô cách xa các trung tâm mua sắm, trường học và nhà bạn bè. Họ thường không có vỉa hè, khiến việc đi bộ hoặc đạp xe trở nên nguy hiểm hơn là lái xe. Do đó, các gia đình dành trung bình hai giờ mỗi ngày trong ô tô.)

→ Chọn đáp án B

Question 19:

Ta có chủ ngữ 'teenager', phía sau cần một động từ chia thì phù hợp.

Loại A, C vì là mệnh đề quan hệ.

Loại B vì là cụm phân từ hiện tại.

D là đáp án đúng với động từ chia thì hiện tại đơn 'watches'.

Tạm dịch: A typical American family has three TVs and the average teenager, or 'screenager', watches 22 hours of television every week. (Một gia đình điển hình của người Mỹ có ba chiếc TV và trung bình một thiếu niên, hay còn gọi là 'screenager', xem 22 giờ TV mỗi tuần.)

→ Chọn đáp án D

Question 20:

Ta cần một mệnh đề quan hệ hoặc rút gọn mệnh đề quan hệ để bổ nghĩa cho 'TV'.

Loại B, D vì là phân từ quá khứ mang nghĩa bị động 'caused' (bị gây ra) và 'resulted in' (được dẫn tới) không phù hợp.

Loại C vì mệnh đề quan hệ chưa có động từ.

Tạm dịch: But it's not just TV that makes kids extremely inactive. (Nhưng không chỉ có TV khiến trẻ em trở nên cực kỳ lười vận động.)

→ Chọn đáp án A

Question 21:

Ta cần một câu hoàn chỉnh phù hợp liên kết các câu còn lại trong đoạn.

A. Dù mọi người đã ăn đồ ăn nhanh trong nhiều năm, họ vẫn nhận thức được những vấn đề của nó

→ Sai, không phù hợp về ngữ nghĩa.

B. Những vấn đề của đồ ăn nhanh vẫn là điều bí ẩn đối với những người đã ăn nó trong nhiều năm

→ Không phù hợp liên kết với câu sau đó nói về nguyên nhân.

C. Mọi người đã biết về những vấn đề của đồ ăn nhanh trong nhiều năm, nhưng họ vẫn ăn nó

→ Đúng, phù hợp liên kết mạch lạc với các câu còn lại.

D. Biết về thức ăn nhanh nhiều năm nhưng mọi người vẫn ăn nó bất chấp vấn đề của nó.

→ Sai ý nghĩa. Phải là dù mọi người biết được vấn đề của thức ăn nhanh nhưng vẫn ăn.

Tạm dịch: Today, 50% of meals are eaten outside the home and more than three quarters of American teenagers eat at a fast food meal at least once a week. People have known about the problems of fast food for years, but they still eat it. Why? Probably because the salt, fat and sugar makes it taste really good. (Ngày nay, 50% bữa ăn được ăn bên ngoài nhà và hơn ba phần tư thanh thiếu niên Mỹ ăn đồ ăn nhanh ít nhất một lần một tuần. Mọi người đã biết về các vấn đề của thức ăn nhanh trong nhiều năm, nhưng họ vẫn ăn. Tại sao? Có lẽ vì muối, chất béo và đường làm cho nó có vị thực sự ngon.)

→ Chọn đáp án C

Question 22:

Ta có phân từ hiện tại 'Wanting...'. Phía sau cần một mệnh đề với chủ ngữ chung phù hợp.

Loại B - their attempts (những nỗ lực của họ) - không phù hợp là chủ ngữ của 'wanting'.

Loại C - joining this centre (tham gia trung tâm này) - không phù hợp là chủ ngữ của 'wanting'.

Loại D - 'their habits' (thói quen của họ) - không phù hợp là chủ ngữ của 'wanting'.

A là đáp án đúng với chủ ngữ 'these kids' (những đứa trẻ này) phù hợp là người 'wanting long lives' (muốn sống lâu).

Tạm dịch: 'Wanting long lives and hoping to achieve many goals, these kids are working hard to change their habits. explains a doctor at the centre. ('Muốn sống lâu và hy vọng đạt được nhiều mục tiêu, những đứa trẻ này đang nỗ lực thay đổi thói quen của mình.' một bác sĩ tại trung tâm giải thích.)

→ Chọn đáp án A

Question 23:

DỊCH BÀI:

<p>Before Nick Vujicic was born, his parents had no idea that he would go on to have any medical problems – none of the medical checks had ever shown a problem. However, when he was born, it was clear that his life would be different from that of other babies. Growing up would not be easy. His parents decided to send him to a normal school, where he would use a wheelchair, and where there were carers available to assist him.</p>	<p>Trước khi Nick Vujicic chào đời, bố mẹ anh không hề biết rằng anh sẽ gặp bất kỳ vấn đề sức khỏe nào – không một cuộc kiểm tra y tế nào cho thấy anh có vấn đề. Tuy nhiên, khi anh chào đời, rõ ràng là cuộc sống của anh sẽ khác với những đứa trẻ khác. Quá trình trưởng thành không dễ dàng. Bố mẹ anh quyết định gửi anh đến một trường học bình thường, nơi anh sẽ sử dụng xe lăn và có người chăm sóc hỗ trợ anh.</p>
<p>The experience was difficult, but Nick feels it was the best decision his parents could have made, because it would give him a sense of independence. Unsurprisingly, when he was at school, he sometimes felt depressed and lonely, and was sometimes bullied. But he always had the support of his loyal friends and family, and these people made him determined to overcome many problems. He even went on to study at university, where he was awarded a degree in Financial Planning and Real Estate.</p>	<p>Trải nghiệm này rất khó khăn, nhưng Nick cảm thấy đó là quyết định tốt nhất mà bố mẹ anh có thể đưa ra, vì điều đó sẽ mang lại cho anh cảm giác độc lập. Không có gì ngạc nhiên khi còn đi học, đôi khi anh cảm thấy chán nản và cô đơn, và đôi khi bị bắt nạt. Nhưng anh luôn có sự ủng hộ của những người bạn và gia đình trung thành, và những người này đã giúp anh quyết tâm vượt qua nhiều vấn đề. Anh thậm chí còn tiếp tục học đại học, nơi anh được cấp bằng về Kế hoạch tài chính và Bất động sản.</p>
<p>What surprises many people is just how optimistic Nick can be, and how many different things he has managed to do. Much of this is down to his parents. His father put him in the water for the first time when he was 18 months, so that Nick would be self-confident enough to swim when he was older. He has one small foot which he can use to help him move around in the water. He is able to operate a computer by using the toe on this foot to type, something he learned to do when he was just six years old. And when he plays golf – yes, he even plays golf – he is able to hold the golf club under his chin.</p>	<p>Điều khiến nhiều người ngạc nhiên là Nick rất lạc quan và anh đã làm được bao nhiêu điều khác nhau. Phần lớn là nhờ bố mẹ anh. Bố đã cho Nick xuống nước lần đầu tiên khi anh mới được 18 tháng tuổi, để Nick có đủ tự tin để bơi khi lớn lên. Anh có một bàn chân nhỏ, điều này giúp anh di chuyển trong nước. Anh có thể sử dụng máy tính bằng cách sử dụng ngón chân trên bàn chân này để đánh máy, một điều mà anh đã học được khi mới sáu tuổi. Và khi chơi golf, đúng vậy, anh thậm chí còn chơi golf – anh có thể giữ gậy đánh golf dưới cằm.</p>
<p>A big part of Nick’s life now is giving motivational talks. He travels around the world and has shared his inspiring story with millions of people, speaking to audiences in packed stadiums. Nick’s message is that you should never give up, and that people should love themselves even when they fail.</p>	<p>Một phần lớn cuộc sống của Nick hiện nay là diễn thuyết truyền cảm hứng. Anh ấy đi khắp thế giới và chia sẻ câu chuyện truyền cảm hứng của mình với hàng triệu người, nói chuyện trước khán giả tại các sân vận động chật kín người. Thông điệp của Nick là bạn không bao giờ nên bỏ cuộc và mọi người nên yêu bản thân mình ngay cả khi thất bại.</p>

Question 23:

Ai là người chịu trách nhiệm hỗ trợ Nick khi anh ấy còn đi học?

- A. cha anh ấy
- B. cha mẹ anh ấy
- C. người chăm sóc
- D. những người bạn cùng lớp khác

Tạm dịch: His parents decided to send him to a normal school, where he would use a wheelchair, and where there were **carers** available to assist him. (Bố mẹ anh quyết định gửi anh đến một trường học bình thường, nơi anh sẽ sử dụng xe lăn và có người chăm sóc hỗ trợ anh.)

→ Chọn đáp án C

Question 24:

Từ **it** trong đoạn 2 ám chỉ đến _____.

- A. bằng cấp
- B. trải nghiệm
- C. độc lập
- D. hỗ trợ

Từ **it** trong đoạn 2 ám chỉ đến 'experience'.

Tạm dịch: The **experience** was difficult, but Nick feels it was the best decision his parents could have made, because **it** would give him a sense of independence. (Trải nghiệm này rất khó khăn, nhưng Nick cảm thấy đó là quyết định tốt nhất mà bố mẹ anh có thể đưa ra, vì điều đó sẽ mang lại cho anh cảm giác độc lập.)

→ Chọn đáp án B

Question 25:

Từ **overcome** trong đoạn 2 trái nghĩa với _____.

- A. avoid /ə'vɔɪd/ (v): trốn tránh
 - B. solve /sɒlv/ (v): giải quyết
 - C. face /feɪs/ (v): đối mặt
 - D. affect /ə'fekt/ (v): ảnh hưởng
- overcome (v): vượt qua >< avoid

Tạm dịch: But he always had the support of his loyal friends and family, and these people made him determined to overcome many problems. (Nhưng anh luôn có sự ủng hộ của những người bạn và gia đình trung thành, và những người này đã giúp anh quyết tâm vượt qua nhiều vấn đề.)

→ Chọn đáp án A

Question 26:

Từ **optimistic** trong đoạn 3 có nghĩa gần nhất với _____.

- A. careful /'keə.fəl/ (adj): cẩn thận
 - B. successful /sək'ses.fəl/ (adj): thành công
 - C. positive /'pɒz.ə.tɪv/ (adj): tích cực
 - D. friendly /'frend.li/ (adj): thân thiện
- optimistic (adj): lạc quan = positive

Tạm dịch: What surprises many people is just how optimistic Nick can be, and how many different things he has managed to do. (Điều khiến nhiều người ngạc nhiên là Nick rất lạc quan và anh đã làm được bao nhiêu điều khác nhau. Phần lớn là nhờ bố mẹ anh.)

→ Chọn đáp án C

Question 27:

Câu nào sau đây diễn giải hay nhất câu gạch chân trong đoạn 4?

Một phần lớn cuộc sống của Nick hiện nay là diễn thuyết truyền cảm hứng.

A. Nick hiện nay thường xuyên tham dự các buổi thuyết trình động viên như một phần trong thói quen của mình.

→ Sai, Nick là người diễn thuyết chứ không phải chỉ tham dự.

B. Nick hiện nay dành phần lớn thời gian để đưa ra các bài phát biểu truyền cảm hứng.

→ Đúng, phù hợp diễn giải câu gạch chân nhất.

C. Cuộc sống của Nick hiện nay chỉ tập trung vào việc diễn thuyết cho những người khác để truyền cảm hứng cho họ.

→ Sai 'only focuses' vì câu gạch chân chỉ đề cập 'a big part'

D. Nick hiện nay dành phần lớn cuộc đời mình để động viên người khác thông qua các bài thuyết trình của mình.

→ Sai, "spends most of his life" (dành phần lớn cuộc đời) nhấn mạnh **quá mức** so với "a big part of his life" (một phần lớn trong cuộc sống).

→ **Chọn đáp án B**

Question 28:

Theo đoạn văn, câu nào sau đây KHÔNG đúng?

A. Cha của Nick đã nỗ lực cho anh ấy làm quen với bơi lội từ khi anh ấy còn rất nhỏ.

B. Vì thường xuyên rơi vào trạng thái trầm cảm và cô lập, Nick thỉnh thoảng bị bắt nạt ở trường.

C. Mặc dù khuyết tật, Nick vẫn hoàn thành chương trình học tại trường đại học và lấy được bằng.

D. Nick đã chứng minh được khả năng thích nghi tuyệt vời của mình với những hạn chế về thể chất.

Tạm dịch:

+ His father put him in the water for the first time when he was 18 months, so that Nick would be self-confident enough to swim when he was older. (Bố đã cho Nick xuống nước lần đầu tiên khi cậu bé được 18 tháng tuổi, để Nick có đủ tự tin để bơi khi lớn lên.)

→ A đúng

+ He even went on to study at university, where he was awarded a degree in Financial Planning and Real Estate. (Anh thậm chí còn tiếp tục học đại học, nơi anh được cấp bằng về Kế hoạch tài chính và Bất động sản.)

→ C đúng

+ He has one small foot which he can use to help him move around in the water. He is able to operate a computer by using the toe on this foot to type, something he learned to do when he was just six years old. And when he plays golf – yes, he even plays golf – he is able to hold the golf club under his chin. (Anh có một bàn chân nhỏ, điều này giúp anh di chuyển trong nước. Anh có thể sử dụng máy tính bằng cách sử dụng ngón chân trên bàn chân này để đánh máy, một điều mà anh đã học được khi mới sáu tuổi. Và khi chơi golf, đúng vậy, anh thậm chí còn chơi golf – anh có thể giữ gậy đánh golf dưới cằm.)

→ D đúng

+ Unsurprisingly, when he was at school, he sometimes felt depressed and lonely, and was sometimes bullied. (Không có gì ngạc nhiên khi khi còn đi học, đôi khi anh cảm thấy chán nản và cô đơn, và đôi khi bị bắt nạt.)

→ B không đúng, không có mối liên hệ nào được thể hiện trong đáp án B.

→ **Chọn đáp án B**

Question 29:

Trong đoạn văn nào tác giả nói tới khả năng thích nghi tuyệt vời của Nick khi xét tới tình trạng tàn tật của anh?

A. Đoạn 1

B. Đoạn 2

C. Đoạn 3

D. Đoạn 4

Tạm dịch: What surprises many people is just how optimistic Nick can be, and how many different things he has managed to do. (Điều khiến nhiều người ngạc nhiên là Nick có thể lạc quan đến mức nào và anh đã làm được bao nhiêu điều khác nhau.)

→ Chọn đáp án C

Question 30:

Trong đoạn văn nào, tác giả để lại cho người đọc một bài học quan trọng?

- A. Đoạn 1
- B. Đoạn 2
- C. Đoạn 3
- D. Đoạn 4

Tạm dịch: Nick’s message is that you should never give up, and that people should love themselves even when they fail. (Thông điệp của Nick là bạn không bao giờ nên bỏ cuộc và mọi người nên yêu bản thân mình ngay cả khi họ thất bại.)

→ Chọn đáp án D

Question 31:

DỊCH BÀI:	
Imagine this: on your way home, a ‘tourist’ in the street asks you to take a photo with their camera. You do and, afterwards, they tell you how they bought the camera recently and how it’s on special offer. New friend or fraud? Welcome to the world of stealth marketing. You may say you haven’t met a stealth marketer yet, but that’s the point. The chances are that you have.	Hãy tưởng tượng thế này: trên đường về nhà, một "khách du lịch" trên phố yêu cầu bạn chụp ảnh bằng máy ảnh của họ. Bạn chụp và sau đó, họ kể cho bạn nghe về việc họ mới mua máy ảnh gần đây và nó đang được giảm giá đặc biệt. Người bạn mới hay kẻ lừa đảo đây? Chào mừng đến với thế giới tiếp thị bí mật. Bạn có thể nói rằng mình chưa gặp một nhà tiếp thị bí mật nào, nhưng đó chính là vấn đề. Rất có thể là bạn đã gặp rồi đó.
Stealth or ‘word of mouth’ marketing isn’t like normal advertising. We can recognise adverts on billboards or in glossy magazines, but it’s difficult to spot stealth marketing – it just tricks us. More than \$500 billion a year is spent on advertising worldwide, but compared with conventional advertising campaigns, stealth marketing is cheap and effective. So how does it work? Well, let’s look at company X. Company X wants to launch a new product for teens. They need their product to look ‘cool’ and interesting, so they decide to pay young people to talk about it. Seventeen-year-old Tanya Fulham is one of them.	Tiếp thị bí mật hoặc "truyền miệng" không giống như quảng cáo thông thường. Chúng ta có thể nhận ra quảng cáo trên các bảng quảng cáo hoặc trên các tạp chí bóng bẩy, nhưng rất khó để phát hiện ra tiếp thị bí mật - nó chỉ đánh lừa chúng ta. Hơn 500 tỷ đô la mỗi năm được chi cho quảng cáo trên toàn thế giới, nhưng so với các chiến dịch quảng cáo thông thường, tiếp thị bí mật rẻ và hiệu quả. Vậy nó hoạt động như thế nào? Chúng ta hãy xem xét công ty X. Công ty X muốn tung ra một sản phẩm mới dành cho thanh thiếu niên. Họ cần sản phẩm của mình trông "ngầu" và thú vị, vì vậy họ quyết định trả tiền cho những người trẻ tuổi để nói về nó. Tanya Fulham, 17 tuổi, là một trong số đó.
Tanya Fulham is beautiful, sporty and clever. She’s interested in fashion, loves shopping, and listens to the latest pop music. She has more than 150 friends on her social media page and she often influences their choices and opinions. She’s the latest recruit of an undercover marketing agency. People like Tanya	Tanya Fulham xinh đẹp, năng động và thông minh. Cô ấy thích thời trang, thích mua sắm và nghe nhạc pop mới nhất. Cô ấy có hơn 150 người bạn trên trang mạng xã hội của mình và cô ấy thường ảnh hưởng đến lựa chọn và ý kiến của họ. Cô ấy là tân binh mới nhất của một công ty tiếp thị bí mật. Những người

<p>promote brands in blogs and on social media websites. 'It's great getting free samples of cool, new products that my friends haven't heard about,' adds Tanya. 'It makes me feel important because I have insider knowledge'. But do her friends know that she is paid to promote them? 'No, they don't,' she admits. 'But I don't think it's dishonest. If I find something I like, I talk about it. It doesn't make any difference whether I'm paid or not'.</p>	<p>như Tanya quảng bá các thương hiệu trên blog và trên các trang web mạng xã hội. Tanya nói thêm: 'Thật tuyệt khi nhận được các mẫu sản phẩm mới, tuyệt vời mà bạn bè tôi chưa từng nghe đến'. 'Điều đó khiến tôi cảm thấy mình quan trọng vì tôi có kiến thức nội bộ'. Nhưng bạn bè cô ấy có biết rằng cô ấy được trả tiền để quảng bá cho họ không? 'Không, họ không biết', cô thừa nhận. 'Nhưng tôi không nghĩ điều đó là không trung thực. Nếu tôi tìm thấy thứ gì đó mình thích, tôi sẽ nói về nó. Việc tôi được trả tiền hay không không quan trọng'.</p>
<p>Perhaps Tanya is right. Lots of people tell others about the new book they're reading, a new place they've discovered or a cool gadget they've just bought. We're also a 24/7 generation and see more than 3,000 ads a day, so what difference does it make? However, other people are worried. 'You think a person is being helpful,' says retail psychologist David Green, 'but that's very different from someone telling us something because they are getting paid for it. We don't know who to trust or who to listen to anymore.' We have already met the stealth marketers and they are just like us.</p>	<p>Có lẽ Tanya nói đúng. Rất nhiều người kể với người khác về cuốn sách mới họ đang đọc, một địa điểm mới họ khám phá hoặc một tiện ích thú vị mà họ vừa mua. Chúng ta cũng là thế hệ 24/7 và trông thấy hơn 3.000 quảng cáo mỗi ngày, vậy thì điều đó có gì khác biệt? Tuy nhiên, những người khác lại lo lắng. 'Bạn nghĩ một người đang giúp ích,' nhà tâm lý học bán lẻ David Green nói, 'nhưng điều đó rất khác so với việc ai đó nói với chúng ta điều gì đó vì họ được trả tiền để làm điều đó. Chúng ta không biết nên tin tưởng ai hoặc nghe ai nữa.' Thực ra chúng ta đã gặp những nhà tiếp thị bí mật rồi và họ cũng giống như chúng ta thôi.</p>

Question 31:

Câu sau đây phù hợp nhất ở đâu trong đoạn 1?

Người bạn mới hay kẻ lừa đảo?

- A. (I)
- B. (II)
- C. (III)
- D. (IV)

Câu này phù hợp ở vị trí (II) vì là câu hỏi tu từ phù hợp ngắt mạch để gây chú ý, khiến người đọc tò mò và suy nghĩ lại về tình huống vừa được kể. Đồng thời, liên kết nội dung một cách logic, chuyển tiếp sang câu tiếp theo giới thiệu về 'stealth marketing'.

→ Chọn đáp án B

Question 32:

Theo đoạn 2, điều nào sau đây KHÔNG được đề cập đến như một đặc điểm của tiếp thị ẩn?

- A. Trả tiền cho những người trẻ tuổi để quảng bá sản phẩm
- B. Làm cho sản phẩm có vẻ hấp dẫn đối với thanh thiếu niên
- C. Quảng cáo công khai thông qua tạp chí và biển quảng cáo
- D. Rẻ hơn các chiến dịch tiếp thị truyền thống

Tạm dịch:

+ They need their product to look 'cool' and interesting, so they decide to pay young people to talk about it. (Họ cần sản phẩm của mình trông "ngầu" và thú vị, vì vậy họ quyết định trả tiền cho những người trẻ tuổi để nói về nó.)

→ A, B được đề cập

+ More than \$500 billion a year is spent on advertising worldwide, but compared with conventional advertising campaigns, **stealth marketing is cheap** and effective. (Hơn 500 tỷ đô la mỗi năm được chi cho quảng cáo trên toàn thế giới, nhưng so với các chiến dịch quảng cáo thông thường, tiếp thị bí mật rẻ và hiệu quả.)

→ D được đề cập

+ We can recognise adverts on billboards or in glossy magazines, but **it's difficult to spot stealth marketing** – it just tricks us. (Chúng ta có thể nhận ra quảng cáo trên các bảng quảng cáo hoặc trên các tạp chí bóng bẩy, nhưng rất khó để phát hiện ra tiếp thị bí mật - nó chỉ đánh lừa chúng ta.)

→ C không được đề cập

→ **Chọn đáp án C**

Question 33:

Từ **spot** trong đoạn 2 trái nghĩa với _____.

- A. notice /'nəʊtɪs/ (v): nhận ra, chú ý
 - B. reject /rɪ'dʒekt/ (v): từ chối
 - C. hide /haɪd/ (v): giấu, che giấu
 - D. overlook /,əʊvə'lu:k/ (v): bỏ sót, không chú ý đến
- spot (v): nhận ra >< overlook

Tạm dịch: We can recognise adverts on billboards or in glossy magazines, but it's difficult to spot stealth marketing – it just tricks us. (Chúng ta có thể nhận ra quảng cáo trên các bảng quảng cáo hoặc trên các tạp chí bóng bẩy, nhưng rất khó để phát hiện ra tiếp thị bí mật - nó chỉ đánh lừa chúng ta.)

→ **Chọn đáp án D**

Question 34:

Câu nào sau đây diễn giải đúng nhất câu gạch chân trong đoạn 2?

Hơn 500 tỷ đô la mỗi năm được chi cho quảng cáo trên toàn thế giới, nhưng so với các chiến dịch quảng cáo thông thường, tiếp thị bí mật rẻ và hiệu quả hơn.

- A. Vì tiếp thị bí mật rẻ và thành công, nên chi tiêu toàn cầu hàng năm cho quảng cáo vượt quá 500 tỷ đô la, không giống như các chiến dịch quảng cáo thông thường.
→ Sai vì không có mối quan hệ nhân-quả nào được nhắc tới trong câu gốc.
- B. Nếu các chiến dịch truyền thống có giá cả phải chăng và hiệu quả hơn tiếp thị bí mật, các công ty sẽ không chi hơn 500 tỷ đô la mỗi năm cho quảng cáo trên toàn thế giới.
→ Sai, câu gạch chân không đề cập về điều kiện giả định này.
- C. Mặc dù hơn 500 tỷ đô la được chi cho quảng cáo trên toàn cầu mỗi năm, tiếp thị bí mật là giải pháp thay thế rẻ hơn và hiệu quả hơn cho các chiến dịch truyền thống.
→ Đúng, phù hợp diễn giải câu gạch chân nhất.
- D. Hiếm khi nào có hơn 500 tỷ đô la được chi cho quảng cáo hàng năm theo một cách truyền thống mà không ưu tiên các phương pháp có tác động và chi phí thấp như tiếp thị bí mật.
→ Sai ý nghĩa.

→ **Chọn đáp án C**

Question 35:

Từ **it** trong đoạn 2 ám chỉ đến _____.

- A. Công ty X
- B. tiếp thị bí mật
- C. sản phẩm

D. quảng cáo

Tạm dịch: They need their **product** to look 'cool' and interesting, so they decide to pay young people to talk about it. (Họ cần sản phẩm của mình trông "ngầu" và thú vị, vì vậy họ quyết định trả tiền cho những người trẻ tuổi để nói về nó.)

→ Chọn đáp án C

Question 36:

Câu nào sau đây tóm tắt tốt nhất đoạn 3?

A. Tanya thích thời trang và âm nhạc, chia sẻ các bài đánh giá sản phẩm, nhưng từ chối nói với bạn bè khi cô ấy đang quảng cáo thứ gì đó để kiếm tiền trừ khi cô ấy được yêu cầu làm như vậy.

→ Sai ở 'unless she is required to do' (trừ khi bị yêu cầu) vì đoạn không đề cập.

B. Một công ty tiếp thị đã đào tạo Tanya để quảng cáo các sản phẩm mà cô ấy thích làm và cô ấy thường đăng các chương trình khuyến mãi thương hiệu trên mạng xã hội để thu hút sự chú ý của bạn bè.

→ Sai ở 'trained' (đào tạo) vì bài không đề cập.

C. Tanya quảng cáo sản phẩm trực tuyến và ảnh hưởng đến bạn bè của mình, nhưng cô ấy không thấy điều đó tạo ra bất kỳ sự khác biệt nào trong cuộc sống hàng ngày của mình.

→ Sai, đoạn không đề cập rằng việc quảng bá không tạo ra sự khác biệt nào trong cuộc sống.

D. Tanya là một thiếu niên nổi tiếng, người quảng cáo các thương hiệu trực tuyến nhưng không nói với bạn bè rằng cô ấy đã trả tiền, điều mà cô ấy không có vấn đề gì.

→ Đúng, phù hợp tóm tắt đoạn nhất.

→ Chọn đáp án D

Question 37:

Cụm từ insider knowledge trong đoạn 3 có thể được thay thế tốt nhất bằng _____.

A. hiểu biết thấu đáo

B. thông tin bí mật

C. nhu cầu đặc biệt

D. sức hút mạnh mẽ

- insider knowledge (np): kiến thức nội bộ = secret information

Tạm dịch: 'It makes me feel important because I have insider knowledge.' ('Điều đó khiến tôi cảm thấy mình quan trọng vì tôi có kiến thức nội bộ.)

→ Chọn đáp án B

Question 38:

Theo bài đọc, câu nào sau đây là ĐÚNG?

A. Bạn bè của Tanya không biết cô ấy được trả tiền để quảng bá sản phẩm, điều này được coi là không trung thực.

B. Ngày nay, các công ty chủ yếu chọn những người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội trẻ tuổi để quảng bá sản phẩm của họ.

C. Tanya bị cấm tiết lộ thông tin về các sản phẩm mà cô ấy quảng bá cho bạn bè.

D. Tanya thấy việc không tiết lộ rằng cô ấy được trả tiền để quảng bá sản phẩm cho bạn bè là điều bình thường và có thể chấp nhận được.

Tạm dịch:

+ Company X wants to launch a new product for teens. They need their product to look 'cool' and interesting, so they **decide to pay young people to talk about it**. Seventeen-year-old Tanya Fulham is one of them. (Họ cần

sản phẩm của mình trông "ngầu" và thú vị, vì vậy họ quyết định trả tiền cho những người trẻ tuổi để nói về nó. Tanya Fulham, 17 tuổi, là một trong số đó.)

→ B sai vì không được đề cập rõ trong đoạn – chỉ có đề cập Tanya là một người trẻ được chọn, nhưng không nói đây là phương pháp chủ yếu.

+ 'It's great getting free samples of cool, new products that my friends haven't heard about,' adds Tanya. 'It makes me feel important because **I have insider knowledge.**' (Tanya nói thêm: 'Thật tuyệt khi nhận được các mẫu sản phẩm mới, tuyệt vời mà bạn bè tôi chưa từng nghe đến'. 'Điều đó khiến tôi cảm thấy mình quan trọng vì tôi có kiến thức nội bộ'.)

→ C sai, hông có thông tin Tanya bị cấm

+ But do her friends know that she is paid to promote them? 'No, they don't,' she admits. '**But I don't think it's dishonest.** If I find something I like, I talk about it. **It doesn't make any difference whether I'm paid or not.**' (Nhưng bạn bè cô ấy có biết rằng cô ấy được trả tiền để quảng bá cho họ không? 'Không, họ không biết', cô thừa nhận. 'Nhưng tôi không nghĩ điều đó là không trung thực. Nếu tôi tìm thấy thứ gì đó mình thích, tôi sẽ nói về nó. Việc tôi được trả tiền hay không không quan trọng'.)

→ A sai vì bài không đánh giá hành động của Tanya là "dishonest" (không trung thực), mà chỉ nói cô ấy thấy bình thường với việc đó.

→ D đúng

→ **Chọn đáp án D**

Question 39:

Có thể suy ra điều nào sau đây từ bài đọc?

A. Tiếp thị bí mật giống như một loại dịch bệnh vì nó lừa dối, hấp dẫn và khó phát hiện.

B. Những người làm tiếp thị bí mật có thể là những người bình thường, điều này khiến tiếp thị bí mật trở nên hiệu quả.

C. Chúng ta liên tục bị tấn công bởi quảng cáo, vì vậy chúng ta không nhận ra sức mạnh của tiếp thị.

D. Sống trong một xã hội hiện đại có nghĩa là chúng ta đã mất đi khả năng phân biệt quảng cáo thật và giả.

Tạm dịch:

+ We can recognise adverts on billboards or in glossy magazines, but it's difficult to spot stealth marketing – it just tricks us. (Chúng ta có thể nhận ra quảng cáo trên các bảng quảng cáo hoặc trên các tạp chí bóng bẩy, nhưng rất khó để phát hiện ra tiếp thị bí mật - nó chỉ đánh lừa chúng ta.)

→ A sai 'epidemic' (dịch bệnh) vì bài không nhấn mạnh sự tiêu cực như vậy.

→ C sai vì bài không đề cập chúng ta liên tục bị tấn công vì chúng ta không nhận ra sức mạnh của tiếp thị.

+ 'You think a person is being helpful,' says retail psychologist David Green, 'but that's very different from someone telling us something because they are getting paid for it. We don't know who to trust or who to listen to anymore.'

→ D sai vì bài không đề cập chúng ta đã mất đi khả năng phân biệt quảng cáo thật và giả.

+ Company X wants to launch a new product for teens. They need their product to look 'cool' and interesting, so they decide to pay young people to talk about it. Seventeen-year-old Tanya Fulham is one of them. (Công ty X muốn tung ra một sản phẩm mới dành cho thanh thiếu niên. Họ cần sản phẩm của mình trông "ngầu" và thú vị, vì vậy họ quyết định trả tiền cho những người trẻ tuổi để nói về nó. Tanya Fulham, 17 tuổi, là một trong số đó.)

We have already met the stealth marketers and **they are just like us.** (Thực ra chúng ta đã gặp những nhà tiếp thị bí mật rồi và họ cũng giống như chúng ta thôi.)

→ B đúng

→ **Chọn đáp án B**

Question 40:

Câu nào sau đây tóm tắt tốt nhất bài đọc này?

A. Tiếp thị bí mật sử dụng những người bình thường như Tanya để quảng bá sản phẩm trực tuyến mà không tiết lộ rõ ràng rằng họ được trả tiền, khiến việc phân biệt quảng cáo với lời khuyên thân thiện trở nên khó khăn.

→ Đúng, phù hợp tóm tắt bài đọc nhất.

B. Những người có sức ảnh hưởng trẻ tuổi như Tanya quảng bá các sản phẩm hợp thời trang một cách công khai trên mạng xã hội, giúp các công ty quảng cáo hiệu quả hơn các chiến dịch truyền thống như tạp chí hoặc biển quảng cáo.

→ Sai vì chưa nói về việc không tiết lộ rõ ràng mình được trả tiền.

C. Tiếp thị bí mật thường liên quan đến những người có sức ảnh hưởng như Tanya chia sẻ các đề xuất sản phẩm với bạn bè, khiến đây trở thành cách tiếp cận quảng cáo trung thực và giá cả phải chăng.

→ Sai vì bài không đề cập đây là một cách tiếp cận trung thực.

D. Tanya chia sẻ các sản phẩm cô ấy thích với bạn bè trực tuyến và tiếp thị bí mật dựa vào ý kiến của thanh thiếu niên để lan truyền sự phấn khích về các mặt hàng mới.

→ Sai vì trọng tâm bài là về tiếp thị bí mật chứ không phải Tanya.

→ **Chọn đáp án A**