

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO****KỲ THI TỐT NGHIỆP TRUNG HỌC PHỔ THÔNG NĂM 2025****ĐỀ THI CHÍNH THỨC****Môn thi: TIẾNG ANH**

(Đề thi có 04 trang)

Thời gian làm bài: 50 phút, không kể thời gian phát đề

Họ, tên thí sinh: .....

Số báo danh: .....

**Mã đề: 1102**

*Read the passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to Indicate the best answer to each of the following questions from 1 to 8.*

When several farmers merge plots into a single "project farm", they use digital tools to make that teamwork far more effective. GPS mapping, drones, and in-field sensors build a live, shared picture of soil types, weather shifts, and plant growth. Because everyone works on the same data, the team can **settle** seeding dates, determine when to spray, and track machinery in real time. What once depended on guesswork is now driven by verifiable information.

With GPS technology, farmers, can accurately map out their fields and create customised planting plans. Seeding machines change **their** rate on the fly, drones spray pests on targeted zones, and smart spreaders apply fertiliser only where data shows a need. **Because Inputs go exactly where they help, fields yield more while chemical runoff falls.** Trials report considerable savings on seed, fuel, and sprays - benefits the partners split at the season's end.

Water management is just as precise. Specialised equipment tracks moisture every hour, and forecast apps predict rain, wind, or heatwaves. Automated pumps deliver measured water amounts to thirsty zones and stop when a storm is coming, **slashing** waste and energy bills. The result is steadier yields in dry years, fewer nutrients washed away, and a smaller water footprint for the whole partnership. Smart irrigation also helps limit weed growth, reducing herbicide use.

The journey from field to market is equally digital. Cloud platforms record harvest weights, storage temperatures, and shipment times the moment they change, while blockchain records freeze each entry so customers can rely on it. Analytic tools browse the records to indicate weak points in the procedure, forecast prices, and suggest better planting plans for the next season to project partners. This makes project farming both profitable and sustainable.

(Adapted from <https://www.consumersearch.com>)**Question 1.** The word **settle** in paragraph 1 mostly means \_\_\_\_\_.

- A. exchange                      B. announce                      C. expect                      D. decide

**Question 2.** Which of the following is NOT mentioned in paragraph 1 as information displayed on a live, shared picture?

- A. weather shifts      B. soil types                      C. plant growth                      D. drones

**Question 3.** The word **their** in paragraph 2 refers to \_\_\_\_\_.

- A. fields                      B. planting plans                      C. farmers                      D. Seeding machines

**Question 4.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 2?

- A. As resources are directed to the areas that need them, harvests increase and pollution from excess chemicals declines.
- B. When chemicals are placed only where they are needed, productivity increases yet more overdue chemicals are released.
- C. Precise application of fertilisers and sprays to required areas raises crop output but in turn increases chemical wastage.
- D. There is an increase in chemical wastage and crop output though fewer resources are used for the indicated land area.

**Question 5.** The word slashing in paragraph 3 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. disposing      B. converting      C. increasing      D. reducing

**Question 6.** Which of the following is TRUE according to paragraph 4?

- A. Buyers have little reliable information on harvest weights and storage temperatures.
- B. Farmers regard cloud platforms the best tools to improve the quality of their crops.
- C. Project partners are unable to forecast prices of crops in the following season.
- D. Analytic tools offer suggestions for better planting plans for the following season.

**Question 7.** Which paragraph mentions approaches to different weather patterns?

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

**Question 8.** Which paragraph mentions real-time tracking of produce?

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

*Read the following piece of news and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 9 to 14.*

### Da Nang International Fireworks Festival (DIFF) 2025

With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest (9) \_\_\_\_\_ of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling (10) \_\_\_\_\_ so far.

Z121 Vina Pyrotech, a company (11) \_\_\_\_\_ by Vietnam Ministry of National Defence, is a newcomer this year. With thirty years of experience in fireworks, Z121 Vina Pyrotech is expected to deliver a breathtaking performance. It is among the (12) \_\_\_\_\_ candidates to win the championship.

From May 31st to July 12th, DIFF 2025 promises a series of spectacular fireworks displays, (13) \_\_\_\_\_ is hoped to bring spectators a world-class entertainment experience.

Over the past twelve years, the Da Nang International Fireworks Festival has helped the city (14) \_\_\_\_\_ the reputation as "The City of Fireworks" and become an attractive tourist destination.

(Adapted from <https://www.vietnamnews.vn>)

- |                                    |                |                |                  |
|------------------------------------|----------------|----------------|------------------|
| <b>Question 9.</b> A. volume       | B. amount      | C. number      | D. level         |
| <b>Question 10.</b> A. competition | B. competitive | C. compete     | D. competitively |
| <b>Question 11.</b> A. managed     | B. managing    | C. has managed | D. is managing   |
| <b>Question 12.</b> A. top         | B. quick       | C. high        | D. smart         |

**Question 13.** A. who

B. which

C. when

D. why

**Question 14.** A. build up

B. go up

C. come up

D. look up

*Mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to Indicate the best arrangement of utterances or sentences to make a cohesive and coherent exchange or text in each of the following questions from 15 to 19.*

**Question 15.**

a. I had to burn the midnight oil to make engaging lesson plans, expecting to capture my students' attention.  
b. The reality, however, was not what I had expected when I completely failed to keep the class under control despite shouting loudly.

c. This valuable experience was indeed memorable and made me more confident in my career of choice.

d. Working as an Intern at a local high school encouraged me to pursue a teaching career, a demanding yet rewarding one.

e. Instead of giving up, I reflected on what I had done and made improvements in the following lessons.

A. c – b – e – a – d

B. c – a – e – d – b

C. d – a – b – e – c

D. d – b – e – c – a

**Question 16.**

a. David: I used to, but now I use social media and news apps.

b. Lisa: Same here! It's more convenient, but I think traditional newspapers have their own charm.

c. Lisa: Do you still read newspapers?

d. Lisa: I believe each type has its own value that we can make full use of.

e. David: You're right. They fill us with nostalgia that's hard to replace.

A. d – a – c – e – b

B. c – a – b – e – d

C. d – e – b – a – c

D. c – e – d – a – b

**Question 17.**

a. Tom: Then, text me when you're home.

b. Tom: It's getting late. Would you like me to give you a lift home?

c. Mary: Thanks, but I'm going to walk to the supermarket and then take a bus home.

A. a – b – c

B. b – a – c

C. b – c – a

D. a – c – b

**Question 18.**

Dear Ms Smith,

a. This has been pre – approved, but you need to have this letter and your identification card produced at the nearest branch to apply.

b. The offer is exclusive and expires on December 31st.

c. Your application will be processed, and your card will be issued within 48 hours for immediate use.

d. It is our honour to offer you credit facilities of \$6000, affordable with the monthly instalment of \$99.

e. Should you require further details, please call 0123888888, or visit any of our branches.

Yours sincerely,

ABC Bank

A. b – d – a – c – e

B. a – c – d – b – e

C. d – a – c – b – e

D. c – a – d – b – e

**Question 19.**

- a. The developments demonstrate a clear modernisation of the city of Paragon, transforming it from a primarily residential locality into a more diverse and economically vibrant area.
- b. This shift was further evidenced by the industrialisation of the surrounding agricultural land, with the appearance of some plants and factories.
- c. Residential areas were noticeably transformed, with the replacement of established terraced housing with new dwellings and the relocation of the original park.
- d. Simultaneously, a significant expansion of commercial infrastructure took place, most prominently with the construction of a large supermarket and an accompanying car park where housing once stood.
- e. Between 2000 and 2015, the outskirts of Paragon city underwent a dramatic reshaping, indicating a move towards urban regeneration and increased commercial activity.

A. e – d – b – a – c

B. e – b – a – c – d

C. e – c – a – d – b

D. e – c – d – b – a

*Read the passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the best answer to each of the following questions from 20 to 29.*

We seem to be entering a boom era for greenwashing - the tactic of covering routine pollution in eco-friendly language. [I] Picture running a high-emitting corporation: meaningful decarbonisation would demand painful negotiations, huge capital outlays, and a full redesign of the business model. Hiring an expert agency to splash "carbon-neutral" or "net-zero" across products is far easier, buying time while emissions remain untouched.

Consumers meet this sleight of hand everywhere. Airlines sell "carbon-neutral" flights, filling stations boast about "net-zero" fuel, and breakfast bacon is re-labelled as planet-safe. Advertising spin is old, yet today it is **manipulated** to conceal ongoing environmental damage. Social media influencers and glossy sustainability reports amplify these claims, broadcasting the narrative far beyond traditional marketing channels.

The term greenwashing emerged in the 1980s, an era of oil spills and growing climate science, but **the practice** has exploded only recently. [II] Intensifying public anxiety over global heating and ecosystem collapse has placed companies under sharp scrutiny; many boards therefore choose eye-catching PR over the tougher route of restructuring supply chains, energy sources, and product lines. Regulators on both sides of the Atlantic are struggling to police false eco-claims yet enforcement still lags behind corporate ingenuity. Investors, eager to protect short-term returns, frequently applaud these surface-level initiatives, reinforcing the cycle. [III] No sector illustrates the issue better than oil and gas. Having realised that denying climate science now backfires, the industry has swapped denial for CSO Press release trumpet potential renewable ventures while drilling plans expand unabated.

Why does this matter? Greenwashing and climate denial share a core objective: to postpone the deep emission cuts claimed by scientists as urgent this decade. [IV] Whereas denial disputes the crisis,

greenwashing misleads the public into believing problems are solved, thereby eroding consumer advocacy of genuine environmental actions and stalling regulatory reforms. In effect, It acts as a soothing lullaby, guiding society ever closer to ecological breakdown while fostering a false sense of progress. **Exposing the facade- and Insisting on verifiable, measurable carbon reductions-Is essential if rhetoric is to give way to real action.**

(Adapted from <https://www.greenpeace.org.uk>)

**Question 20.** According to paragraph 1, having products claimed as eco-friendly rather than conducting meaningful decarbonisation will \_\_\_\_\_.

- A. bring about a full redesign of the business model of a company
- B. lead to delays without solving the current emission problem
- C. cause physical injuries to those involved in the negotiation
- D. Involve spending a huge amount of money paying the agency

**Question 21.** The word **manipulated** in paragraph 2 mostly means \_\_\_\_\_.

- A. randomly deployed
- B. legally regulated
- C. purposely adjusted
- D. hastily produced

**Question 22.** Which of the following best summarises paragraph 2?

- A. The stories about greenwashing reach a much wider audience due to the joint effort of social media and traditional marketing channels.
- B. Commercials for everyday products and services, ranging from holiday bookings to petrol pumps and bacon packs, are prevalent on unconventional marketing channels.
- C. Social media influencers and impressive reports have a role to play in the dissemination of deceptive environmental claims.
- D. Sustainability buzzwords now fill every sector, with their reach being amplified by influencers and polished reports.

**Question 23.** What causes corporate boards to adopt greenwashing?

- A. Increasing public concern about environmental issues
- B. Public pressure on corporations to opt for PR campaigns
- C. Growing public interest in the development of climate science
- D. Public belief that carbon reductions are unnecessary

**Question 24.** What challenge do regulators face in monitoring greenwashing claims?

- A. Enforcement that falls behind corporate creativity
- B. Insufficient public support
- C. A lack of clear terminology
- D. Conflicting laws on both sides of the Atlantic

**Question 25.** The phrase **the practice** in paragraph 3 refers to \_\_\_\_\_.

- A. global heating
- B. scrutiny
- C. climate science
- D. greenwashing

**Question 26.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 4?

- A. For empty slogans to be realised into moves, revelations about greenwashing and practical measures to reduce carbon are required.
- B. Greenwashing is, in fact, a fallacy and therefore should be replaced by feasible actions which are encouraged through public movements.
- C. To make way for meaningful activities in reality, it is vital to expose the public to proper and specific measures to reduce emissions.
- D. The real solution to the issue of carbon is to verify and measure carbon reductions rather than just raise public awareness through campaigns.

**Question 27.** Which of the following can be inferred from the passage?

- A. Regulators are effectively utilising the tools and resources to verify most environmental claims, tackling the wide spread of eco-labels.
- B. Greenwashing brings corporations benefits in terms of finance and reputation without having to reform their core operations.
- C. The shift from denying climate science to applying "green" paint reflects high-emitting industries' genuine commitment to renewables.
- D. Investors who value long-term environmental impact put pressure on companies to implement substantial structural reforms.

**Question 28.** Where in the passage does the following sentence best fit?

**Yet greenwashing is arguably more Insidious.**

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

**Question 29.** Which of the following best summarises the passage?

- A. Greenwashing is surging as firms cover ongoing pollution in eco-friendly rhetoric, distracting the public and postponing the deep emission cuts scientists deem urgent.
- B. High-emitting sectors follow the trend of greenwashing, boasting about promising renewable ventures in press releases while quietly going on damaging the environment.
- C. Instead of investing in meaningful decarbonisation, major emitters have a tendency to opt for denying the claim of "carbon-neutral" or "net-zero" on their product lines.
- D. Once a prevalent strategy of corporations in response to public scrutiny, climate denial is losing its effectiveness and has to be replaced by greenwashing.

**Read the following leaflet and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 30 to 35.**

### **How to Manage Your Money Wisely?**

Managing your finances properly is essential for a stable and secure life. (30) \_\_\_\_\_, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading (31) \_\_\_\_\_ overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket

- Invest some of your money if possible.

- Have a bank account with an increasing amount of savings (32) \_\_\_\_\_ month by setting realistic financial goals.
- Buy (33) \_\_\_\_\_ within your price range.
- Track your spending carefully to avoid (34) \_\_\_\_\_ expenditure on unnecessary purchases.
- Prioritise things that bring you lasting happiness and financial security to get your money's (35) \_\_\_\_\_.

(Adapted from <https://www.thebalancemoney.com>)

Question 30. A. However B. Otherwise C. Though D. While

Question 31. A. on B. at C. in D. to

Question 32. A. many B. some C. much D. each

Question 33. A. affordable products quality  
C. affordable quality products  
B. products affordable quality  
D. products quality affordable

Question 34. A. possessive B. restrictive C. objective D. excessive

Question 35. A. worth B. price C. rate D. cost

*Read the following passage and mark the letter A, B, C or D on your answer sheet to indicate the option that best fits each of the numbered blanks from 36 to 40.*

The process of sorting through the various holidays on offer and determining which is the best for you is inevitably complex and individual personality traits will determine the eventual decision. Some people undertake a process of extensive problem solving, in which information is sought about a series of products, (36) \_\_\_\_\_. Other consumers with no patience to explore a variety of choices (37) \_\_\_\_\_, for the sake of their convenience rather than trying to guarantee that they buy the best possible product. This is known as limited problem solving.

Many consumers engage in routinised response behaviour, in which choices change relatively little over time. (38) \_\_\_\_\_. Also, some holidaymakers who have been content with a particular company or destination in the past may opt for the same experience again.

Finally, some consumers will buy on impulse. (39) \_\_\_\_\_. It is, in fact, a pattern of behaviour that is becoming increasingly prevalent - to the dismay of the operators, who then have less scope for forward planning and reduced opportunities to gain from investing deposits in the short term. (40) \_\_\_\_\_ where 'distressed stock' needs to be cleared at short notice and this can be stimulated by late availability offers particularly.

(Adapted from *The business of tourism*)

Question 36.

- A. each of which is evaluated and compared with similar products
- B. every one of them undergoes evaluations and comparisons with similar products
- C. when it is similarly evaluated and compared with other products
- D. those with similarities to other products will be evaluated and compared carefully

**Question 37.**

- A. be deliberate to confine themselves to a small number of choices
- B. being deliberately confined themselves to fewer choices
- C will deliberately confine themselves to a small number of choices
- D. fewer choices are deliberately confined to themselves

**Question 38.**

- A. Common brands, by contrast, are a pattern among loyal consumers
- B. This is a common pattern among brand-loyal consumers, for example
- C. By contrast, a consumer-loyal pattern is seen among common brands
- D. This is a common example of brands with loyalty to a consumer pattern

**Question 39.**

- A. The products cost little, which means they are better known and more favoured by typical holiday purchasers
- B. While this is more typical of products costing little, it is by no means unknown among holiday purchasers
- C. It doesn't matter whether products are unknown, it is typical of purchasers to have holidays costing little
- D. In the meantime, holidays costing little are known to be products typically favoured by many purchasers

**Question 40.**

- A. Though such trait of impulse purchasing proves to be valuable
- B. So valuable is such purchasing trait that it proves to be impulsive
- C Such trait is so impulsive that it proves to be valuable to purchasers
- D. Such impulse purchasing proves to be a valuable trait, though

-----THE END-----

- Thí sinh không được sử dụng tài liệu;
- Giám thị không giải thích gì thêm.

## HƯỚNG DẪN GIẢI

Thực hiện: Ban chuyên môn Loigiaihay.com

|       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. D  | 2. D  | 3. D  | 4. A  | 5. C  | 6. D  | 7. B  | 8. C  | 9. C  | 10. A |
| 11. A | 12. A | 13. B | 14. A | 15. C | 16. B | 17. C | 18. C | 19. D | 20. B |
| 21. C | 22. D | 23. A | 24. A | 25. D | 26. A | 27. B | 28. A | 29. A | 30. A |
| 31. D | 32. D | 33. C | 34. D | 35. A | 36. A | 37. C | 38. B | 39. B | 40. D |

## HƯỚNG DẪN GIẢI CHI TIẾT

**Bài đọc hiểu 1 – 8:**

When several farmers merge plots into a single "project farm", they use digital tools to make that teamwork far more effective. GPS mapping, drones, and in-field sensors build a live, shared picture of soil types, weather shifts, and plant growth. Because everyone works on the same data, the team can **settle** seeding dates, determine when to spray, and track machinery in real time. What once depended on guesswork is now driven by verifiable information.

With GPS technology, farmers, can accurately map out their fields and create customised planting plans. Seeding machines change **their** rate on the fly, drones spray pests on targeted zones, and smart spreaders apply fertiliser only where data shows a need. **Because Inputs go exactly where they help, fields yield more while chemical runoff falls.** Trials report considerable savings on seed, fuel, and sprays - benefits the partners split at the season's end.

Water management is just as precise. Specialised equipment tracks moisture every hour, and forecast apps predict rain, wind, or heatwaves. Automated pumps deliver measured water amounts to thirsty zones and stop when a storm is coming, **slashing** waste and energy bills. The result is steadier yields in dry years, fewer nutrients washed away, and a smaller water footprint for the whole partnership. Smart irrigation also helps limit weed growth, reducing herbicide use.

The journey from field to market is equally digital. Cloud platforms record harvest weights, storage temperatures, and shipment times the moment they change, while blockchain records freeze each entry so customers can rely on it. Analytic tools browse the records to indicate weak points in the procedure, forecast prices, and suggest better planting plans for the next season to project partners. This makes project farming both profitable and sustainable.

(Adapted from <https://www.consumersearch.com>)**Tam dịch bài đọc:**

*Khi nhiều nông dân hợp nhất các thửa ruộng thành một “nông trại dự án” chung, họ sử dụng các công cụ kỹ thuật số để khiến việc hợp tác hiệu quả hơn nhiều. Bản đồ GPS, máy bay không người lái và các cảm biến trên đồng ruộng tạo ra một bức tranh trực tiếp và được chia sẻ về loại đất, thay đổi thời tiết và sự phát triển của cây trồng. Vì mọi người đều làm việc trên cùng một bộ dữ liệu, nhóm có thể thống nhất ngày gieo hạt, xác định thời điểm phun thuốc và theo dõi máy móc theo thời gian thực. Những việc trước đây phụ thuộc vào phỏng đoán giờ đây được dẫn dắt bởi thông tin có thể kiểm chứng.*

Với công nghệ GPS, nông dân có thể lập bản đồ chính xác cho ruộng của mình và tạo ra các kế hoạch gieo trồng tùy chỉnh. Máy gieo hạt có thể thay đổi tốc độ ngay trong lúc hoạt động, máy bay không người lái phun thuốc trừ sâu vào các khu vực mục tiêu, và thiết bị rải phân thông minh chỉ bón ở những nơi dữ liệu cho thấy có nhu cầu. Vì vật tư được đưa chính xác đến nơi chúng phát huy tác dụng, năng suất ruộng tăng trong khi lượng hóa chất dư thừa giảm. Các cuộc thử nghiệm cho thấy tiết kiệm đáng kể về hạt giống, nhiên liệu và thuốc — những lợi ích mà các bên đối tác cùng chia sẻ vào cuối mùa vụ.

Quản lý nước cũng chính xác không kém. Thiết bị chuyên dụng theo dõi độ ẩm mỗi giờ, và các ứng dụng dự báo dự đoán mưa, gió hoặc các đợt nắng nóng. Các máy bơm tự động cung cấp lượng nước được đo lường chính xác đến những khu vực khô hạn và ngừng hoạt động khi có bão sắp đến, giúp giảm lãng phí và hóa đơn năng lượng. Kết quả là sản lượng ổn định hơn trong những năm khô hạn, ít dưỡng chất bị rửa trôi hơn, và dấu chân nước của toàn bộ hợp tác xã nhỏ hơn. Hệ thống tưới thông minh cũng giúp hạn chế cỏ dại phát triển, từ đó giảm việc sử dụng thuốc diệt cỏ.

Hành trình từ cánh đồng đến thị trường cũng được số hóa tương tự. Các nền tảng đám mây ghi lại trọng lượng thu hoạch, nhiệt độ bảo quản và thời gian vận chuyển ngay khi có thay đổi, trong khi blockchain ghi lại từng mục một cách bất biến để khách hàng có thể tin tưởng. Các công cụ phân tích xem xét các bản ghi để chỉ ra điểm yếu trong quy trình, dự báo giá cả và đưa ra gợi ý về kế hoạch gieo trồng tốt hơn cho mùa sau cho các đối tác dự án. Điều này giúp mô hình canh tác dự án vừa sinh lợi vừa bền vững.

(Trích từ <https://www.consumersearch.com>)

### Question 1. D

#### Phương pháp:

Xác định vị trí của từ “settle” trong đoạn 1, dịch nghĩa của câu có chứa từ để hiểu nghĩa của từ, lần lượt dịch các đáp án để xác định từ đồng nghĩa với nó.

#### Cách giải:

The word **settle** in paragraph 1 mostly means \_\_\_\_\_.

(Từ **settle** trong đoạn văn 1 gần nghĩa nhất với \_\_\_\_\_.)

- A. exchange (trao đổi)
- B. announce (thông báo)
- C. expect (trông đợi)
- D. decide (quyết định)

**Thông tin:** Because everyone works on the same data, the team can settle seeding dates, determine when to spray, and track machinery in real time.

(Vì mọi người đều làm việc trên cùng một bộ dữ liệu, nên nhóm có thể thống nhất ngày gieo hạt, xác định thời điểm phun thuốc và theo dõi máy móc theo thời gian thực.)

=> settle = decide

**Đáp án: D.**

### Question 2. C

**Phương pháp:**

Đọc lướt qua đoạn 1 để xác định thông tin về “information displayed on a live, shared picture” từ đó đối chiếu với các đáp án để chọn đáp án KHÔNG được đề cập đến.

**Cách giải:**

Which of the following is NOT mentioned in paragraph 1 as information displayed on a live, shared picture?

(Thông tin nào sau đây KHÔNG được đề cập trong đoạn 1 là thông tin hiển thị trên hình ảnh trực tiếp và được chia sẻ?)

A. weather shifts

(sự thay đổi thời tiết)

B. soil types

(loại đất)

C. plant growth

(sự phát triển của thực vật)

D. drones

(máy bay không người lái)

**Thông tin:** GPS mapping, drones, and in-field sensors build a live, shared picture of soil types, weather shifts, and plant growth.

(Bản đồ GPS, máy bay không người lái và các cảm biến trên đồng ruộng tạo ra một bức tranh trực tiếp, được chia sẻ về loại đất, thay đổi thời tiết và sự phát triển của cây trồng.)

=> “Soil types”, “weather shifts”, and “plant growth” là những thông tin được trình chiếu, còn “drones” là một trong những thứ tạo ra chúng.

**Đáp án: C.**

**Question 3. D****Phương pháp:**

Xác định vị trí của từ “their” trong đoạn 2, dịch nghĩa của câu có chứa từ và đối chiếu lần lượt dịch các đáp án để xác định đúng danh từ số nhiều mà đại từ thay thế.

**Cách giải:**

The word **their** in paragraph 2 refers to \_\_\_\_\_.

(Từ **their** ở đoạn 2 đang đề cập đến \_\_\_\_\_.)

A. fields (những cánh đồng)

B. planting plans (cây trồng)

C. farmers (những người nông dân)

D. seeding machines (máy gieo hạt)

**Thông tin:** Seeding machines change **their** rate on the fly, drones spray pests on targeted zones, and smart spreaders apply fertiliser only where data shows a need.

(Máy gieo hạt thay đổi tốc độ ngay lập tức, máy bay không người lái phun thuốc trừ sâu vào các khu vực mục tiêu và máy rải phân thông minh chỉ bón phân ở những nơi dữ liệu cho thấy cần thiết.)

=> their = seeding machines' (của máy gieo hạt)

**Đáp án: D.**

#### Question 4. A

##### Phương pháp:

- Dịch nghĩa câu được gạch chân trong đoạn 2 rồi lần lượt dịch nghĩa từng đáp án, so sánh đối chiếu để chọn đáp án có nghĩa phù hợp nhất với câu được gạch chân đó.

**Because Inputs go exactly where they help, fields yield more while chemical runoff falls.**

(Vì vật tư được đưa chính xác đến nơi chúng phát huy tác dụng, năng suất ruộng tăng lên trong khi lượng hóa chất dư thừa bị giảm đi.)

##### Cách giải:

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

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

A. As resources are directed to the areas that need them, harvests increase and pollution from excess chemicals declines. => Sát nghĩa với câu gốc nhất

(Khi tài nguyên được phân bổ đến những khu vực cần thiết, sản lượng thu hoạch tăng và ô nhiễm do hóa chất dư thừa giảm.)

B. When chemicals are placed only where they are needed, productivity increases yet more overdue chemicals are released. => Sai nghĩa

(Khi hóa chất chỉ được đặt vào nơi cần thiết, năng suất tăng nhưng lại có nhiều hóa chất quá hạn được thải ra.)

C. Precise application of fertilisers and sprays to required areas raises crop output but in turn increases chemical wastage. => Sai nghĩa

(Việc bón phân và phun thuốc chính xác vào các khu vực cần thiết làm tăng sản lượng cây trồng nhưng đồng thời cũng làm tăng lượng hóa chất bị lãng phí.)

D. There is an increase in chemical wastage and crop output though fewer resources are used for the indicated land area. => Sai nghĩa

(Lượng hóa chất bị lãng phí và sản lượng cây trồng đều tăng mặc dù ít tài nguyên hơn được sử dụng cho diện tích đất đã chỉ định.)

**Đáp án: A.**

#### Question 5. B

##### Phương pháp:

Xác định vị trí của từ “slashing” trong đoạn 3, dịch nghĩa của câu có chứa từ để hiểu nghĩa của từ, lần lượt dịch các đáp án để xác định từ trái nghĩa với nó.

**Cách giải:**

The word slashing in paragraph 3 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

(Từ **slashing** trong đoạn văn 3 trái nghĩa nhất với \_\_\_\_\_.)

- A. disposing (phân rã)
- B. converting (chuyển đổi)
- C. increasing (tăng)
- D. reducing (giảm)

**Thông tin:** Automated pumps deliver measured water amounts to thirsty zones and stop when a storm is coming, **slashing** waste and energy bills.

(Các máy bơm tự động cung cấp lượng nước được đo lường chính xác đến những khu vực khô hạn và sẽ ngừng hoạt động khi có bão sắp đến, giúp giảm lãng phí và hóa đơn năng lượng.)

=> slasing >< increasing

**Đáp án: B.**

**Question 6. D****Phương pháp:**

Lần lượt đọc và xác định từ khóa trong từng đáp án, đọc lướt qua đoạn 4 để xác định thông tin có liên quan, so sánh đối chiếu để xác định câu ĐÚNG theo nội dung bài đọc.

**Cách giải:**

Which of the following is TRUE according to paragraph 4?

(Thông tin nào sau đây là ĐÚNG theo đoạn 4?)

- A. Buyers have little reliable information on harvest weights and storage temperatures. => SAI  
(Người mua có rất ít thông tin đáng tin cậy về trọng lượng thu hoạch và nhiệt độ bảo quản.)
- B. Farmers regard cloud platforms the best tools to improve the quality of their crops. => SAI  
(Nông dân xem các nền tảng đám mây là công cụ tốt nhất để cải thiện chất lượng cây trồng của họ.)
- C. Project partners are unable to forecast prices of crops in the following season. => SAI  
(Các đối tác trong dự án không thể dự đoán giá nông sản trong mùa sau.)
- D. Analytic tools offer suggestions for better planting plans for the following season. => ĐÚNG  
(Các công cụ phân tích đưa ra gợi ý cho các kế hoạch gieo trồng tốt hơn trong mùa vụ tiếp theo.)

**Thông tin:** The journey from field to market is equally digital. [A, B] Cloud platforms record harvest weights, storage temperatures, and shipment times the moment they change, while blockchain records freeze each entry so customers can rely on it. [C, D] Analytic tools browse the records to indicate weak points in the procedure, forecast prices, and suggest better planting plans for the next season to project partners. This makes project farming both profitable and sustainable.

(Hành trình từ cánh đồng đến thị trường cũng được số hóa tương tự. Các nền tảng đám mây ghi lại trọng lượng thu hoạch, nhiệt độ bảo quản và thời gian vận chuyển ngay khi có thay đổi, trong khi blockchain ghi lại từng mục một cách bất biến để khách hàng có thể tin tưởng. Các công cụ phân tích xem xét các bản ghi để

chỉ ra điểm yếu trong quy trình, dự báo giá cả và đưa ra gợi ý về kế hoạch gieo trồng tốt hơn cho mùa sau cho các đối tác dự án. Điều này giúp mô hình canh tác dự án vừa sinh lợi vừa bền vững.)

**Đáp án: D.**

### Question 7. B

**Phương pháp:**

Đọc lướt qua bài đọc để khoanh vùng kiến thức có chứa từ khóa “approaches to different weather patterns” từ đó xác định được đoạn nào nói về việc tiếp cận những hình thái thời tiết khác nhau.

**Cách giải:**

Which paragraph mentions approaches to different weather patterns?

(Đoạn văn nào nhắc đến việc tiếp cận những hình thái thời tiết khác nhau?)

A. Paragraph 2 (Đoạn 2)

B. Paragraph 3 (Đoạn 3)

C. Paragraph 4 (Đoạn 4)

D. Paragraph 1 (Đoạn 1)

**Thông tin:** [Đoạn 3] Specialised equipment tracks moisture every hour, and forecast apps predict rain, wind, or heatwaves.

(Thiết bị chuyên dụng theo dõi độ ẩm mỗi giờ, và các ứng dụng dự báo dự đoán mưa, gió hoặc các đợt nắng nóng.)

**Đáp án: B.**

### Question 8. C

**Phương pháp:**

Đọc lướt qua bài đọc để khoanh vùng kiến thức có chứa từ khóa “real-time tracking of produce” từ đó xác định được đoạn nào nói về việc theo dõi sản phẩm theo thời gian thực.

**Cách giải:**

Which paragraph mentions real-time tracking of produce?

(Đoạn văn nào đề cập đến việc theo dõi sản phẩm theo thời gian thực?)

A. Paragraph 2 (Đoạn 2)

B. Paragraph 1 (Đoạn 1)

C. Paragraph 4 (Đoạn 4)

D. Paragraph 3 (Đoạn 3)

**Thông tin:** [Đoạn 4] Cloud platforms record harvest weights, storage temperatures, and shipment times the moment they change, while blockchain records freeze each entry so customers can rely on it.

(Các nền tảng đám mây ghi lại trọng lượng thu hoạch, nhiệt độ bảo quản và thời gian vận chuyển ngay khi có sự thay đổi, trong khi công nghệ blockchain cố định từng mục ghi để khách hàng có thể yên tâm tin tưởng.)

**Đáp án: C.**

### Question 9. C

**Phương pháp:**

Dựa vào danh từ số nhiều “teams” và cách sử dụng của các lượng từ để chọn đáp án đúng.

**With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest (9) \_\_\_\_\_ of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling (10) \_\_\_\_\_ so far.**

(Với mười đội trên toàn thế giới, DIFF 2025 có sự góp mặt của (9) \_\_\_\_\_ đội tham gia lớn nhất trong lịch sử và được dự đoán là (10) \_\_\_\_\_ ly kỳ nhất cho đến nay.)

**Cách giải:**

A. volume (n): *âm lượng* => a volume of + danh từ không đếm được; sai ngữ pháp

B. amount (n): *lượng/ số lượng* => an amount of + danh từ không đếm được; sai ngữ pháp

C. number (n): *con số/ chữ số* => a number of + danh từ không đếm được; đúng ngữ pháp

D. level (n): *mức độ* => a level of + danh từ không đếm được => danh từ không đếm được; sai ngữ pháp

Câu hoàn chỉnh: With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest (9) **number** of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling (10) \_\_\_\_\_ so far.

(Với mười đội trên toàn thế giới, DIFF 2025 có sự góp mặt của (9) số đội tham gia lớn nhất trong lịch sử và được dự đoán là (10) \_\_\_\_\_ ly kỳ nhất cho đến nay.)

**Đáp án: C.**

**Question 10. A****Phương pháp:**

Sau cấu trúc so sánh nhất “the most thrilling” phải là danh từ.

With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest number of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling (10) \_\_\_\_\_ so far.

(Với mười đội trên toàn thế giới, DIFF 2025 có sự góp mặt của số đội tham gia lớn nhất trong lịch sử và được dự đoán là (10) \_\_\_\_\_ ly kỳ nhất cho đến nay.)

**Cách giải:**

A. competition (n): *sự cạnh tranh* => đúng ngữ pháp

B. competitive (adj): *mang tính cạnh tranh* => sai ngữ pháp

C. compete (v): *cạnh tranh* => sai ngữ pháp

D. competitively (adv): *một cách cạnh tranh* => sai ngữ pháp

Câu hoàn chỉnh: With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest number of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling (10) **competition** so far.

(Với mười đội trên toàn thế giới, DIFF 2025 có sự góp mặt của (9) số đội tham gia lớn nhất trong lịch sử và được dự đoán là (10) sự cạnh tranh ly kỳ nhất cho đến nay.)

**Đáp án: A.**

**Question 11. A****Phương pháp:**

Phân tích thành phần câu đã có chủ ngữ “a company” + động từ “is” + tân ngữ “a newcomer this year” => chỗ trống phải là mệnh đề quan hệ bổ nghĩa cho danh từ chỉ vật “a company” và mang bị động vì sau chỗ trống là “by Vietnam Ministry of National Defence”.

**Z121 Vina Pyrotech, a company (11) \_\_\_\_\_ by Vietnam Ministry of National Defence, is a newcomer this year.**

(Z121 Vina Pyrotech, một công ty do Bộ Quốc phòng Việt Nam (10) \_\_\_\_\_, là một cái tên mới trong năm nay.)

**Cách giải:**

A. managed (Ved): *được quản lý* => rút gọn mệnh đề dạng bị động; đúng ngữ pháp

B. managing (V-ing): *quản lý* => rút gọn mệnh đề quan hệ dạng chủ động; sai ngữ pháp

C. has managed => thì hiện tại hoàn thành; sai ngữ pháp

D. is managing => thì hiện tại tiếp diễn; sai ngữ pháp

Câu hoàn chỉnh: Z121 Vina Pyrotech, a company **managed** by Vietnam Ministry of National Defence, is a newcomer this year.

(Z121 Vina Pyrotech, một công ty do Bộ Quốc phòng Việt Nam quản lý, là một cái tên mới trong năm nay.)

**Đáp án: A.**

### Question 12. A

**Phương pháp:**

Dựa vào danh từ “candidates” và sự kết hợp của các tính từ để chọn đáp án phù hợp nhất tạo thành câu có nghĩa.

**It is among the \_\_\_\_\_ candidates to win the championship.**

(Nó nằm trong những ứng cử viên \_\_\_\_\_ tranh chức vô địch.)

**Cách giải:**

A. top (adj): *hàng đầu* => top candidates: những ứng cử viên hàng đầu

B. quick (adj): *nhANH chóng*

C. high (adj): *cao*

D. smart (adj): *thông minh*

Câu hoàn chỉnh: It is among the **top** candidates to win the championship.

(Nó nằm trong những ứng cử viên hàng đầu tranh chức vô địch.)

**Đáp án: A.**

### Question 13. B

**Phương pháp:**

Dựa vào dấu phẩy trước chỗ trống, động từ “is” sau chỗ trống và cách sử dụng của các đại từ quan hệ để chọn đáp án đúng.

From May 31st to July 12th, DIFF 2025 promises a series of spectacular fireworks displays, (13) \_\_\_\_\_ is hoped to bring spectators a world-class entertainment experience.

(Từ ngày 31 tháng 5 đến ngày 12 tháng 7, DIFF 2025 hứa hẹn mang đến một loạt màn trình diễn pháo hoa ngoạn mục, \_\_\_\_\_ được kỳ vọng sẽ mang đến cho khán giả một trải nghiệm giải trí đẳng cấp thế giới.)

**Cách giải:**

- A. who: người mà => đại từ quan hệ thay thế cho danh từ chỉ người; sai ngữ pháp
- B. which: điều mà => đứng sau dấu phẩy, thay thế cho cả mệnh đề phía trước; đúng ngữ pháp
- C. when: khi => sai ngữ pháp vì sau “when” phải là mệnh đề
- D. why: tại sao => sai ngữ pháp vì sau “why” phải là mệnh đề

Câu hoàn chỉnh: From May 31st to July 12th, DIFF 2025 promises a series of spectacular fireworks displays, **which** is hoped to bring spectators a world-class entertainment experience.

(Từ ngày 31 tháng 5 đến ngày 12 tháng 7, DIFF 2025 hứa hẹn mang đến một loạt màn trình diễn pháo hoa ngoạn mục, điều này được kỳ vọng sẽ mang đến cho khán giả một trải nghiệm giải trí đẳng cấp thế giới.)

**Đáp án: B.**

#### Question 14. A

**Phương pháp:**

- Dịch nghĩa câu đề bài để hiểu được ngữ cảnh của câu.
- Dịch nghĩa các CỤM ĐỘNG TỪ và lần lượt điền các đáp án vào chỗ trống để chọn được đáp án phù hợp nhất tạo thành câu có nghĩa.

Over the past twelve years, the Da Nang International Fireworks Festival has helped the city (14) \_\_\_\_\_ the reputation as "The City of Fireworks" and become an attractive tourist destination.

(Trong suốt mười hai năm qua, Lễ hội Pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng đã giúp thành phố \_\_\_\_\_ nên danh tiếng là “Thành phố của pháo hoa” và trở thành một điểm đến du lịch hấp dẫn.)

**Cách giải:**

- A. build up (phr. v): gây dựng => build up a reputation: gây dựng danh tiếng
- B. go up (phr. v): đi lên
- C. come up (phr. v): đến gần
- D. look up (phr. v): tra cứu/cải thiện

Câu hoàn chỉnh: Over the past twelve years, the Da Nang International Fireworks Festival has helped the city **build up** the reputation as "The City of Fireworks" and become an attractive tourist destination.

(Trong suốt mười hai năm qua, Lễ hội Pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng đã giúp thành phố gây dựng nên danh tiếng là “Thành phố của pháo hoa” và trở thành một điểm đến du lịch hấp dẫn.)

**Đáp án: A.**

**Bài hoàn chỉnh:**

#### Da Nang International Fireworks Festival (DIFF) 2025

With ten teams worldwide, DIFF 2025 features the largest **(9) number** of participating teams in its history, and is predicted to be the most thrilling **(10) competition** so far.

Z121 Vina Pyrotech, a company **(11) managed** by Vietnam Ministry of National Defence, is a newcomer this year. With thirty years of experience in fireworks, Z121 Vina Pyrotech is expected to deliver a breathtaking performance. It is among the **(12) top** candidates to win the championship.

From May 31st to July 12th, DIFF 2025 promises a series of spectacular fireworks displays, **(13) which** is hoped to bring spectators a world-class entertainment experience.

Over the past twelve years, the Da Nang International Fireworks Festival has helped the city **(14) build up** the reputation as "The City of Fireworks" and become an attractive tourist destination.

### Tam dịch:

#### **Lễ hội Pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng (DIFF) 2025**

Với mười đội thi đến từ khắp nơi trên thế giới, DIFF 2025 có **số lượng** đội tham gia đông nhất trong lịch sử và được dự đoán sẽ là **cuộc thi** kịch tính nhất cho đến nay.

Z121 Vina Pyrotech, một công ty do Bộ Quốc phòng Việt Nam **quản lý**, là một cái tên mới trong năm nay. Với ba mươi năm kinh nghiệm trong lĩnh vực pháo hoa, Z121 Vina Pyrotech được kỳ vọng sẽ mang đến một màn trình diễn ngoạn mục. Đây là một trong những ứng cử viên **hàng đầu** cho chức vô địch.

Từ ngày 31 tháng 5 đến ngày 12 tháng 7, DIFF 2025 hứa hẹn mang đến một loạt màn trình diễn pháo hoa đặc sắc, **điều mà** được kỳ vọng sẽ mang đến cho khán giả trải nghiệm giải trí đẳng cấp thế giới.

Trong suốt mười hai năm qua, Lễ hội Pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng đã góp phần giúp thành phố **xây dựng** danh tiếng là “Thành phố của pháo hoa” và trở thành một điểm đến du lịch hấp dẫn.

### **Question 15. C**

#### **Phương pháp:**

- Tận dụng tối đa các liên kết từ và sự tương quan lặp lại các từ trong câu để liên hệ đến thứ tự sắp xếp hợp lý.

- Dịch nghĩa các câu và sắp xếp theo thứ tự của các đáp án được cho sao cho được bài hội thoại hoàn chỉnh phù hợp với ngữ cảnh.

**a.** I had to burn the midnight oil to make engaging lesson plans, expecting to capture my students' attention. (Tôi đã phải thức khuya để soạn những kế hoạch bài giảng hấp dẫn, với hy vọng thu hút được sự chú ý của học sinh.)

**b.** The reality, however, was not what I had expected when I completely failed to keep the class under control despite shouting loudly.

(Tuy nhiên, thực tế không như tôi mong đợi khi tôi hoàn toàn không thể kiểm soát lớp học dù đã la hét rất to.)

**c.** This valuable experience was indeed memorable and made me more confident in my career of choice. =>

Đại từ “this” phải thay cho một sự việc đã nhắc đến trước đó nên không thể là câu mở đầu đoạn; loại A, B.

(Trải nghiệm quý giá này thực sự đáng nhớ và khiến tôi tự tin hơn với nghề nghiệp mà mình đã chọn.)

**d.** Working as an intern at a local high school encouraged me to pursue a teaching career, a demanding yet rewarding one.

*(Làm thực tập sinh tại một trường trung học địa phương đã khuyến khích tôi theo đuổi nghề giáo — một nghề đòi hỏi nhiều nhưng cũng đầy phần thưởng.)*

**e.** Instead of giving up, I reflected on what I had done and made improvements in the following lessons.

*(Thay vì bỏ cuộc, tôi đã suy ngẫm về những gì mình đã làm và cải thiện trong các tiết học tiếp theo.)*

### Cách giải:

Thứ tự đúng: **d – a – b – e – c**

**(d)** Working as an Intern at a local high school encouraged me to pursue a teaching career, a demanding yet rewarding one. **(a)** I had to burn the midnight oil to make engaging lesson plans, expecting to capture my students' attention. **(b)** The reality, however, was not what I had expected when I completely failed to keep the class under control despite shouting loudly. **(e)** Instead of giving up, I reflected on what I had done and made improvements in the following lessons. **(c)** This valuable experience was indeed memorable and made me more confident in my career of choice.

### Tam dịch

*Làm thực tập sinh tại một trường trung học địa phương đã khuyến khích tôi theo đuổi nghề giáo — một nghề đòi hỏi nhiều nhưng cũng đầy phần thưởng. Tôi đã phải thức khuya để soạn những kế hoạch bài giảng hấp dẫn, với hy vọng thu hút được sự chú ý của học sinh. Tuy nhiên, thực tế không như tôi mong đợi khi tôi hoàn toàn không thể kiểm soát lớp học dù đã lớn tiếng quát mắng. Thay vì bỏ cuộc, tôi đã suy ngẫm về những gì mình đã làm và cải thiện trong các tiết học tiếp theo. Trải nghiệm quý giá này thực sự đáng nhớ và khiến tôi tự tin hơn với nghề nghiệp mà mình đã chọn.*

**Đáp án: C.**

### Question 16. B

### Phương pháp:

Dựa vào sự tương ứng giữa các câu đối - đáp giữa 2 nhân vật để chọn các cặp câu hội thoại đúng từ đó chọn được thứ tự sắp xếp đúng cho cả bài hội thoại.

- Các câu hỏi thường là câu mở đầu hội thoại.

**a.** David: I used to, but now I use social media and news apps.

*(Trước đây có, nhưng giờ tôi dùng mạng xã hội và các ứng dụng tin tức.)*

**b.** Lisa: Same here! It's more convenient, but I think traditional newspapers have their own charm.

*(Tôi cũng vậy! Dù tiện lợi hơn thật, nhưng tôi nghĩ báo giấy vẫn có nét hấp dẫn riêng.)*

**c.** Lisa: Do you still read newspapers? => câu hỏi yes/ no thích hợp làm câu mở đầu hội thoại; loại A, C.

*(Bạn còn đọc báo giấy không?)*

**d.** Lisa: I believe each type has its own value that we can make full use of.

*(Tôi tin rằng mỗi loại đều có giá trị riêng mà ta có thể tận dụng tối đa.)*

e. David: You're right. They fill us with nostalgia that's hard to replace.

(Câu nói đúng. Chúng gợi cho ta cảm giác hoài niệm khó có thể thay thế.)

**Cách giải:**

Thứ tự đúng: **c – a – b – e – d**

c. Lisa: Do you still read newspapers?

(Câu còn đọc báo giấy không?)

a. David: I used to, but now I use social media and news apps.

(Trước đây có, nhưng giờ tôi dùng mạng xã hội và các ứng dụng tin tức.)

b. Lisa: Same here! It's more convenient, but I think traditional newspapers have their own charm.

(Tôi cũng vậy! Dù tiện lợi hơn thật, nhưng tôi nghĩ báo giấy vẫn có nét hấp dẫn riêng.)

e. David: You're right. They fill us with nostalgia that's hard to replace.

(Câu nói đúng. Chúng mang lại cảm giác hoài niệm khó có thể thay thế.)

d. Lisa: I believe each type has its own value that we can make full use of.

(Tôi tin rằng mỗi loại đều có giá trị riêng mà ta có thể tận dụng tốt.)

**Đáp án: B.**

### Question 17. C

**Phương pháp:**

Quan sát các lượt lời nhận thấy Tom có nhiều lượt lời hơn Mary nên Tom phải là người bắt đầu và kết thúc hội thoại => loại A, B.

a. Tom: Then, text me when you're home.

(Vậy thì nhắn cho tôi khi cậu về tới nhà nhé.)

b. Tom: It's getting late. Would you like me to give you a lift home?

(Trời bắt đầu muộn rồi. Cậu có muốn tôi đưa về không?)

c. Mary: Thanks, but I'm going to walk to the supermarket and then take a bus home.

(Cảm ơn, nhưng tôi định đi bộ tới siêu thị rồi bắt xe buýt về nhà.)

**Cách giải:**

Thứ tự đúng: **b – c – a**

b. Tom: It's getting late. Would you like me to give you a lift home?

(Trời bắt đầu muộn rồi. Cậu có muốn tôi đưa về không?)

c. Mary: Thanks, but I'm going to walk to the supermarket and then take a bus home.

(Cảm ơn, nhưng tôi định đi bộ tới siêu thị rồi bắt xe buýt về nhà.)

a. Tom: Then, text me when you're home.

(Vậy thì nhắn cho tôi khi cậu về tới nhà nhé.)

**Đáp án: C.**

### Question 18. C

**Phương pháp:**

- Tận dụng tối đa các liên kết từ và sự tương quan lặp lại các từ trong câu để liên hệ đến thứ tự sắp xếp hợp lý.

- Dịch nghĩa các câu và sắp xếp theo thứ tự của các đáp án được cho sao cho được bài hội thoại hoàn chỉnh phù hợp với ngữ cảnh.

Dear Ms Smith,

*(Kính gửi bà Smith,)*

**a.** This has been pre-approved, but you need to have this letter and your identification card produced at the nearest branch to apply. => đại từ “this” phải thay cho sự việc đã được đề cập trước đó nên không thể là câu mở đầu thư; loại A, C, D.

*(Khoản vay này đã được phê duyệt trước, nhưng bà cần mang theo thư này và thẻ căn cước đến chi nhánh gần nhất để làm thủ tục đăng ký.)*

**b.** The offer is exclusive and expires on December 31st.

*(Ưu đãi này là dành riêng và sẽ hết hạn vào ngày 31 tháng 12.)*

**c.** Your application will be processed, and your card will be issued within 48 hours for immediate use.

*(Hồ sơ của bà sẽ được xử lý và thẻ sẽ được phát hành trong vòng 48 giờ để sử dụng ngay lập tức.)*

**d.** It is our honour to offer you credit facilities of \$6000, affordable with the monthly instalment of \$99.

*(Chúng tôi rất vinh hạnh được cung cấp cho bà hạn mức tín dụng trị giá 6000 đô la, với khoản trả góp hàng tháng hợp lý là 99 đô la.)*

**e.** Should you require further details, please call 0123888888, or visit any of our branches.

*(Nếu bà cần thêm thông tin, vui lòng gọi số 0123888888 hoặc đến bất kỳ chi nhánh nào của chúng tôi.)*

Yours sincerely,

*(Trân trọng,)*

ABC Bank

*(Ngân hàng ABC)*

**Cách giải:**

Thứ tự đúng: **d – a – c – b – e**

Dear Ms Smith,

**(d)** It is our honour to offer you credit facilities of \$6000, affordable with the monthly instalment of \$99. **(a)** This has been pre-approved, but you need to have this letter and your identification card produced at the nearest branch to apply. **(c)** Your application will be processed, and your card will be issued within 48 hours for immediate use. **(b)** The offer is exclusive and expires on December 31st. **(e)** Should you require further details, please call 0123888888, or visit any of our branches.

Yours sincerely,

ABC Bank

**Tam dịch:**

*Kính gửi bà Smith,*

(d) Chúng tôi rất vinh hạnh được cung cấp cho bà một hạn mức tín dụng trị giá 6000 đô la, với khoản trả góp hàng tháng hợp lý là 99 đô la. (a) Khoản vay này đã được phê duyệt trước, nhưng bà cần mang theo thư này và thẻ căn cước đến chi nhánh gần nhất để làm thủ tục đăng ký. (c) Hồ sơ của bà sẽ được xử lý và thẻ sẽ được phát hành trong vòng 48 giờ để sử dụng ngay. (b) Ưu đãi này là độc quyền và sẽ hết hạn vào ngày 31 tháng 12. (e) Nếu bà cần thêm thông tin chi tiết, vui lòng gọi số 0123888888 hoặc đến bất kỳ chi nhánh nào của chúng tôi.

Trân trọng,

Ngân hàng ABC

**Đáp án: C.**

### Question 19. D

#### Phương pháp:

- Tận dụng tối đa các liên kết từ và sự tương quan lặp lại các từ trong câu để liên hệ đến thứ tự sắp xếp hợp lý.
- Dịch nghĩa các câu và sắp xếp theo thứ tự của các đáp án được cho sao cho được bài hội thoại hoàn chỉnh phù hợp với ngữ cảnh.

**a. The developments** demonstrate a clear modernisation of the city of Paragon, transforming it from a primarily residential locality into a more diverse and economically vibrant area. => câu mang nghĩa tổng hợp các ý đã đề cập trước đó; thích hợp làm câu kết thúc đoạn.

(Những thay đổi này thể hiện quá trình hiện đại hóa rõ rệt của thành phố Paragon, biến nơi đây từ một khu vực chủ yếu là dân cư thành một khu vực đa dạng và sôi động về kinh tế.)

**b. This shift** was further evidenced by the industrialisation of the surrounding agricultural land, with the appearance of some plants and factories.

(Sự thay đổi này càng được củng cố bởi quá trình công nghiệp hóa các vùng đất nông nghiệp xung quanh, với sự xuất hiện của một số nhà máy và xí nghiệp.)

**c.** Residential areas were noticeably transformed, with the replacement of established terraced housing with new dwellings and the relocation of the original park.

(Các khu dân cư đã thay đổi rõ rệt, với việc thay thế các dãy nhà liền kề cũ bằng các ngôi nhà mới và di dời công viên ban đầu.)

**d. Simultaneously,** a significant expansion of commercial infrastructure took place, most prominently with the construction of a large supermarket and an accompanying car park where housing once stood.

(Đồng thời, cơ sở hạ tầng thương mại cũng được mở rộng đáng kể, nổi bật là việc xây dựng một siêu thị lớn và bãi đậu xe tại nơi từng là khu dân cư.)

**e. Between 2000 and 2015,** the outskirts of Paragon city underwent a dramatic reshaping, indicating a move towards urban regeneration and increased commercial activity.

(Trong khoảng thời gian từ năm 2000 đến 2015, vùng ngoại ô của thành phố Paragon đã trải qua một sự thay đổi mạnh mẽ, cho thấy xu hướng tái phát triển đô thị và gia tăng hoạt động thương mại.)

**Cách giải:**

Thứ tự đúng: **e – c – d – b – a**

(e) Between 2000 and 2015, the outskirts of Paragon city underwent a dramatic reshaping, indicating a move towards urban regeneration and increased commercial activity. (c) Residential areas were noticeably transformed, with the replacement of established terraced housing with new dwellings and the relocation of the original park. (d) Simultaneously, a significant expansion of commercial infrastructure took place, most prominently with the construction of a large supermarket and an accompanying car park where housing once stood. (b) This shift was further evidenced by the industrialisation of the surrounding agricultural land, with the appearance of some plants and factories. (a) The developments demonstrate a clear modernisation of the city of Paragon, transforming it from a primarily residential locality into a more diverse and economically vibrant area.

**Tam dịch:**

(e) Trong khoảng thời gian từ năm 2000 đến 2015, vùng ngoại ô của thành phố Paragon đã trải qua một sự thay đổi đáng kể, cho thấy xu hướng tái phát triển đô thị và gia tăng hoạt động thương mại. (c) Các khu dân cư đã thay đổi rõ rệt, với việc những dãy nhà liền kề lâu đời được thay thế bằng các ngôi nhà mới và công viên ban đầu được di dời. (d) Đồng thời, cơ sở hạ tầng thương mại cũng được mở rộng đáng kể, nổi bật là việc xây dựng một siêu thị lớn và bãi đậu xe đi kèm tại nơi từng là khu dân cư. (b) Sự thay đổi này càng được củng cố bởi quá trình công nghiệp hóa các vùng đất nông nghiệp xung quanh, với sự xuất hiện của một số nhà máy và xí nghiệp. (a) Những thay đổi này thể hiện quá trình hiện đại hóa rõ rệt của thành phố Paragon, biến nơi đây từ một khu vực chủ yếu là dân cư thành một khu vực đa dạng và sôi động về kinh tế.

**Đáp án: D.**

**Bài đọc hiểu 20-29:**

We seem to be entering a boom era for greenwashing - the tactic of covering routine pollution in eco-friendly language. [I] Picture running a high-emitting corporation: meaningful decarbonisation would demand painful negotiations, huge capital outlays, and a full redesign of the business model. Hiring an expert agency to splash "carbon-neutral" or "net-zero" across products is far easier, buying time while emissions remain untouched. Consumers meet this sleight of hand everywhere. Airlines sell "carbon-neutral" flights, filling stations boast about "net-zero" fuel, and breakfast bacon is re-labelled as planet-safe. Advertising spin is old, yet today it is **manipulated** to conceal ongoing environmental damage. Social media influencers and glossy sustainability reports amplify these claims, broadcasting the narrative far beyond traditional marketing channels.

The term greenwashing emerged in the 1980s, an era of oil spills and growing climate science, but **the practice** has exploded only recently. [II] Intensifying public anxiety over global heating and ecosystem collapse has placed companies under sharp scrutiny; many boards therefore choose eye-catching PR over the tougher route of restructuring supply chains, energy sources, and product lines. Regulators on both sides of the Atlantic are struggling to police false eco-claims yet enforcement still lags behind corporate ingenuity. Investors, eager to protect short-term returns, frequently applaud these surface-level initiatives, reinforcing the cycle. [III] No

sector illustrates the issue better than oil and gas. Having realised that denying climate science now backfires, the industry has swapped denial for Csont Press release tumpet potential resale ventures renewable ventures while drilling plans expand unabated.

Why does this matter? Greenwashing and climate denial share a core objective: to postpone the deep emission cuts claimed by scientists as urgent this decade. [IV] Whereas denial disputes the crisis, greenwashing misleads the public into believing problems are solved, thereby eroding consumer advocacy of genuine environmental actions and stalling regulatory reforms. In effect, It acts as a soothing lullaby, guiding society ever closer to ecological breakdown while fostering a false sense of progress. **Exposing the facade- and Insisting on verifiable, measurable carbon reductions-Is essential if rhetoric is to give way to real action.**

### **Tam dịch bài đọc:**

*Chúng ta dường như đang bước vào kỷ nguyên bùng nổ của “greenwashing” – chiến thuật che đậy ô nhiễm thường nhật bằng ngôn ngữ thân thiện với môi trường. Hãy hình dung bạn đang điều hành một tập đoàn phát thải cao: việc khử carbon một cách có ý nghĩa sẽ đòi hỏi các cuộc đàm phán khó khăn, chi phí vốn khổng lồ và một sự tái cấu trúc hoàn toàn mô hình kinh doanh. Trong khi đó, thuê một công ty truyền thông để dán nhãn “carbon trung tính” hay “phát thải ròng bằng 0” lên sản phẩm lại dễ dàng hơn nhiều – vừa tiết kiệm thời gian, vừa giữ nguyên lượng khí thải.*

*Người tiêu dùng gặp chiêu trò này ở khắp nơi. Các hãng hàng không bán vé máy bay “carbon trung tính”, trạm xăng khoe khoang về loại nhiên liệu “phát thải ròng bằng 0”, và thịt xông khói buổi sáng được dán nhãn là thân thiện với hành tinh. Quảng cáo đánh bóng hình ảnh vốn đã có từ lâu, nhưng ngày nay nó bị lợi dụng để che giấu những tổn hại môi trường đang tiếp diễn. Các influencer trên mạng xã hội và các báo cáo bền vững bóng bẩy khuếch đại những tuyên bố này, lan truyền câu chuyện vượt xa các kênh tiếp thị truyền thống. Thuật ngữ “greenwashing” xuất hiện từ những năm 1980, thời kỳ của các vụ tràn dầu và sự phát triển của khoa học khí hậu, nhưng hành vi này chỉ thật sự bùng nổ trong những năm gần đây. Mối lo ngại ngày càng gia tăng của công chúng về sự nóng lên toàn cầu và sự sụp đổ của hệ sinh thái đã đặt các công ty dưới áp lực nghiêm trọng; nhiều ban lãnh đạo vì thế chọn cách đánh bóng hình ảnh thay vì con đường khó khăn hơn là tái cấu trúc chuỗi cung ứng, nguồn năng lượng và dòng sản phẩm. Các cơ quan quản lý ở cả hai bên bờ Đại Tây Dương đang vật lộn để kiểm soát những tuyên bố môi trường sai lệch, nhưng việc thực thi vẫn tụt lại phía sau sự tinh vi của doanh nghiệp. Các nhà đầu tư, vốn muốn bảo vệ lợi nhuận ngắn hạn, thường hoan nghênh những sáng kiến bề nổi này, vô tình tiếp tay cho vòng lặp ấy.*

*Không ngành nào thể hiện vấn đề rõ hơn ngành dầu khí. Sau khi nhận ra rằng việc phủ nhận khoa học khí hậu giờ đây phản tác dụng, ngành này đã chuyển từ chối bỏ sang tuyên truyền bằng thông cáo báo chí, khoe khoang về các dự án năng lượng tái tạo trong khi vẫn mở rộng các kế hoạch khoan dầu không ngừng nghỉ.*

*Tại sao điều này lại quan trọng? “Greenwashing” và phủ nhận biến đổi khí hậu có cùng mục tiêu cốt lõi: trì hoãn việc cắt giảm lượng khí thải sâu – điều mà các nhà khoa học khẳng định là cấp bách trong thập kỷ này. Trong khi phủ nhận thì bác bỏ cuộc khủng hoảng, “greenwashing” lại đánh lừa công chúng rằng vấn đề đã được giải quyết, từ đó làm suy yếu các hành động bảo vệ môi trường thực chất của người tiêu dùng và làm*

chậm lại các cải cách về chính sách. Trên thực tế, nó giống như một khúc ru ru ngủ, đưa xã hội tiến gần hơn tới sự sụp đổ sinh thái trong khi gieo vào lòng người cảm giác sai lệch về sự tiến bộ. Vạch trần lớp vỏ bọc này – và khẳng định vào những hành động giảm khí thải có thể kiểm chứng và đo lường – là điều thiết yếu nếu chúng ta muốn biến lời nói thành hành động thực tế.

### Question 20. B

#### Phương pháp:

Đọc đoạn 1 để tìm thông tin về “having products claimed as eco-friendly rather than conducting meaningful decarbonisation” từ đó đối chiếu với các đáp án để chọn ra đáp án đúng nhất điền vào chỗ trống.

#### Cách giải:

According to paragraph 1, having products claimed as eco-friendly rather than conducting meaningful decarbonisation will \_\_\_\_\_.

(Theo đoạn 1, việc tuyên bố sản phẩm thân thiện với môi trường thay vì thực hiện khử carbon một cách có ý nghĩa sẽ \_\_\_\_\_.)

- A. bring about a full redesign of the business model of a company  
(dẫn đến việc tái cấu trúc hoàn toàn mô hình kinh doanh của một công ty)
- B. lead to delays without solving the current emission problem  
(dẫn đến sự trì hoãn mà không giải quyết được vấn đề phát thải hiện tại)
- C. cause physical injuries to those involved in the negotiation  
(gây ra thương tích về thể chất cho những người tham gia đàm phán)
- D. involve spending a huge amount of money paying the agency  
(liên quan đến việc chi một khoản tiền lớn để trả cho công ty truyền thông)

**Thông tin:** Hiring an expert agency to splash "carbon-neutral" or "net-zero" across products is far easier, buying time while emissions remain untouched.

(Thuê một công ty chuyên nghiệp để rải đầy các nhãn "trung hòa carbon" hay "phát thải ròng bằng 0" lên sản phẩm thì dễ hơn nhiều, giúp kéo dài thời gian trong khi lượng khí thải thực tế vẫn không thay đổi.)

**Câu hoàn chỉnh:** According to paragraph 1, having products claimed as eco-friendly rather than conducting meaningful decarbonisation will **lead to delays without solving the current emission problem.**

(Theo đoạn 1, việc tuyên bố sản phẩm thân thiện với môi trường thay vì thực hiện khử carbon một cách có ý nghĩa sẽ dẫn đến sự trì hoãn mà không giải quyết được vấn đề phát thải hiện tại.)

**Đáp án: B.**

### Question 21. C

#### Phương pháp:

Xác định vị trí của từ “manipulated” trong đoạn 2, dịch nghĩa của câu có chứa từ để hiểu nghĩa của từ, lần lượt dịch các đáp án để xác định từ đồng nghĩa với nó.

#### Cách giải:

The word **manipulated** in paragraph 2 mostly means \_\_\_\_\_.

(Từ **manipulated** trong đoạn 2 gần nghĩa nhất với \_\_\_\_\_.)

A. randomly deployed

(được triển khai một cách ngẫu nhiên)

B. legally regulated

(được quản lý theo pháp luật)

C. purposely adjusted

(được điều chỉnh một cách có chủ đích)

D. hastily produced

(được sản xuất một cách vội vàng)

**Thông tin:** Advertising spin is old, yet today it is **manipulated** to conceal ongoing environmental damage.

(Chiêu trò quảng cáo vốn không mới, nhưng ngày nay nó bị lợi dụng để che giấu những tổn hại môi trường đang tiếp diễn.)

=> manipulated = purposely adjusted

**Chọn C.**

### Question 22. D

#### Phương pháp:

Đọc lướt đoạn 2 để nắm nội dung chính sau đó lần lượt đọc từng đáp án để chọn được đáp án tóm tắt đoạn 2 đầy đủ và đúng nhất.

**[Đoạn 2]** Consumers meet this sleight of hand everywhere. Airlines sell "carbon-neutral" flights, filling stations boast about "net-zero" fuel, and breakfast bacon is re-labelled as planet-safe. Advertising spin is old, yet today it is manipulated to conceal ongoing environmental damage. Social media influencers and glossy sustainability reports amplify these claims, broadcasting the narrative far beyond traditional marketing channels.

(Người tiêu dùng gặp phải chiêu trò đánh lừa này ở khắp nơi. Các hãng hàng không bán những chuyến bay "carbon trung tính", trạm xăng thì khoe khoang về loại nhiên liệu "phát thải ròng bằng 0", và thịt xông khói ăn sáng được dán nhãn lại là an toàn cho hành tinh. Thủ thuật quảng cáo không phải là điều mới, nhưng ngày nay nó bị lợi dụng để che giấu những tổn hại môi trường đang tiếp diễn. Các influencer trên mạng xã hội và những bản báo cáo bền vững bóng bẩy khuếch đại những tuyên bố này, lan truyền câu chuyện vượt xa các kênh tiếp thị truyền thống.)

#### Cách giải:

A. The stories about greenwashing reach a much wider audience due to the joint effort of social media and traditional marketing channels.

(Những câu chuyện về greenwashing tiếp cận được lượng khán giả rộng lớn hơn nhờ sự phối hợp giữa mạng xã hội và các kênh tiếp thị truyền thống.)

B. Commercials for everyday products and services, ranging from holiday bookings to petrol pumps and bacon packs, are prevalent on unconventional marketing channels.

(Quảng cáo cho các sản phẩm và dịch vụ hằng ngày, từ đặt kỳ nghỉ đến trạm xăng và gói thịt xông khói, xuất hiện phổ biến trên các kênh tiếp thị phi truyền thống.)

C. Social media influencers and impressive reports have a role to play in the dissemination of deceptive environmental claims.

(Các influencer trên mạng xã hội và những bản báo cáo ấn tượng đóng vai trò trong việc lan truyền các tuyên bố môi trường mang tính đánh lừa.)

D. Sustainability buzzwords now fill every sector, with their reach being amplified by influencers and polished reports.

(Các từ ngữ về phát triển bền vững hiện tràn ngập mọi lĩnh vực, với tầm ảnh hưởng được khuếch đại bởi các influencer và những bản báo cáo được trau chuốt.)

=> Đoạn này nói về cách “greenwashing lan rộng qua influencer và báo cáo bóng bẩy” => tóm gọn chính xác nhất là đáp án D

**Đáp án: D.**

### Question 23. A

**Phương pháp:**

Đọc lướt qua bài đọc để xác định đoạn văn chứa thông tin về “causes corporate boards to adopt greenwashing” từ đó đối chiếu với các đáp án để chọn nguyên nhân đúng.

**Cách giải:**

What causes corporate boards to adopt greenwashing?

(Điều gì khiến ban lãnh đạo các công ty lựa chọn hành vi greenwashing?)

A. Increasing public concern about environmental issues

(Mối quan tâm ngày càng tăng của công chúng về các vấn đề môi trường)

B. Public pressure on corporations to opt for PR campaigns

(Áp lực từ công chúng buộc các công ty phải lựa chọn các chiến dịch quan hệ công chúng)

C. Growing public interest in the development of climate science

(Sự quan tâm ngày càng lớn của công chúng đến sự phát triển của khoa học khí hậu)

D. Public belief that carbon reductions are unnecessary

(Niềm tin của công chúng rằng việc cắt giảm carbon là không cần thiết)

**Thông tin:** [Đoạn 3] Intensifying public anxiety over global heating and ecosystem collapse has placed companies under sharp scrutiny; many boards therefore choose eye-catching PR over the tougher route of restructuring supply chains, energy sources, and product lines.

(Sự lo lắng ngày càng tăng của công chúng về tình trạng nóng lên toàn cầu và sự sụp đổ của hệ sinh thái đã khiến các công ty phải chịu sự giám sát chặt chẽ; do đó, nhiều hội đồng quản trị lựa chọn quan hệ công chúng gây chú ý thay vì con đường khó khăn hơn là tái cấu trúc chuỗi cung ứng, nguồn năng lượng và dòng sản phẩm.)

**Đáp án: A.**

**Question 24. A****Phương pháp:**

Đọc lướt qua bài đọc để xác định đoạn văn chứa thông tin về “regulators face in monitoring greenwashing claims” từ đó đối chiếu với các đáp án để chọn đáp án đúng.

**Cách giải:**

What challenge do regulators face in monitoring greenwashing claims?

(Cơ quan quản lý gặp phải thách thức gì trong việc giám sát các tuyên bố greenwashing?)

A. Enforcement that falls behind corporate creativity

(Việc thực thi tụt hậu so với sự sáng tạo của doanh nghiệp)

B. Insufficient public support

(Thiếu sự ủng hộ từ công chúng)

C. A lack of clear terminology

(Thiếu thuật ngữ rõ ràng)

D. Conflicting laws on both sides of the Atlantic

(Luật pháp mâu thuẫn giữa hai bờ Đại Tây Dương)

**Thông tin:** [Đoạn 3] Regulators on both sides of the Atlantic are struggling to police false eco-claims yet enforcement still lags behind corporate ingenuity.

(Các cơ quan quản lý ở cả hai bên bờ Đại Tây Dương đang gặp khó khăn trong việc kiểm soát các tuyên bố môi trường sai lệch, tuy nhiên việc thực thi vẫn tụt lại phía sau so với sự tinh vi của doanh nghiệp.)

**Đáp án: A.**

**Question 25. D****Phương pháp:**

Xác định vị trí của từ “the practice” trong đoạn 3, dịch nghĩa của câu có chứa từ để hiểu nghĩa của từ, lần lượt dịch các đáp án để xác định từ đồng nghĩa với nó.

**Cách giải:**

The phrase **the practice** in paragraph 3 refers to \_\_\_\_\_.

(Cụm **the practice** trong đoạn 3 đề cập đến \_\_\_\_\_.)

A. global heating (nóng lên toàn cầu)

B. scrutiny (sự giám sát kỹ lưỡng / sự xem xét chặt chẽ)

C. climate science (khoa học khí hậu)

D. greenwashing (hành vi “tẩy xanh”)

**Thông tin:** The term greenwashing emerged in the 1980s, an era of oil spills and growing climate science, but **the practice** has exploded only recently

(Thuật ngữ “greenwashing” xuất hiện vào những năm 1980, thời kỳ của các vụ tràn dầu và sự phát triển của khoa học khí hậu, nhưng hành vi này chỉ mới bùng nổ trong thời gian gần đây.)

=> the practice = greenwashing

**Đáp án: D.**

**Question 26. A**

**Phương pháp:**

Dịch nghĩa câu được gạch chân trong đoạn 4 rồi lần lượt dịch nghĩa từng đáp án, so sánh đối chiếu để chọn đáp án có nghĩa phù hợp nhất với câu được gạch chân đó.

**Exposing the facade- and Insisting on verifiable, measurable carbon reductions-Is essential if rhetoric is to give way to real action.**

*(Vạch trần lớp vỏ bọc – và kiên quyết yêu cầu những hành động cắt giảm carbon có thể kiểm chứng và đo lường được – là điều then chốt nếu muốn những lời nói hoa mỹ nhường chỗ cho hành động thực tế.)*

**Cách giải:**

A. For empty slogans to be realised into moves, revelations about greenwashing and practical measures to reduce carbon are required. => nghĩa tương đương với câu gốc

*(Để những khẩu hiệu sáo rỗng có thể trở thành hành động, cần phải vạch trần greenwashing và thực hiện các biện pháp thiết thực nhằm giảm lượng carbon.)*

B. Greenwashing is, in fact, a fallacy and therefore should be replaced by feasible actions which are encouraged through public movements. => sai về nghĩa so với câu gốc

*(Greenwashing thực chất là một nguy biện và vì thế nên được thay thế bằng các hành động khả thi được thúc đẩy qua phong trào cộng đồng.)*

C. To make way for meaningful activities in reality, it is vital to expose the public to proper and specific measures to reduce emissions. => sai về nghĩa so với câu gốc

*(Để mở đường cho những hành động có ý nghĩa trong thực tế, điều quan trọng là phải cho công chúng thấy các biện pháp phù hợp và cụ thể nhằm giảm phát thải.)*

D. The real solution to the issue of carbon is to verify and measure carbon reductions rather than just raise public awareness through campaigns. => sai về nghĩa so với câu gốc

*(Giải pháp thực sự cho vấn đề carbon là kiểm chứng và đo lường việc cắt giảm carbon thay vì chỉ nâng cao nhận thức cộng đồng qua các chiến dịch.)*

**Đáp án: A.**

**Question 27. B**

**Phương pháp:**

Lần lượt đọc và xác định từ khóa trong từng đáp án, đọc lướt qua bài đọc để xác định thông tin có liên quan, so sánh đối chiếu để xác định câu SUY LUẬN đúng theo nội dung bài đọc.

**Cách giải:**

A. Regulators are effectively utilising the tools and resources to verify most environmental claims, tackling the wide spread of eco-labels. => SAI

*(Các cơ quan quản lý đang sử dụng hiệu quả các công cụ và nguồn lực để xác minh hầu hết các tuyên bố về môi trường, giải quyết tình trạng lan rộng của các nhãn sinh thái.)*

**Thông tin:** [Đoạn 3] Regulators on both sides of the Atlantic are struggling to police false eco-claims yet enforcement still lags behind corporate ingenuity.

(Các cơ quan quản lý ở cả hai bờ Đại Tây Dương đang nỗ lực kiểm soát các nhãn hiệu sinh thái giả mạo nhưng việc thực thi vẫn còn chậm so với sự sáng tạo của các công ty.)

**B. Greenwashing brings corporations benefits** in terms of finance and reputation without having to reform their core operations. => ĐÚNG

(Greenwashing mang lại cho các công ty lợi ích về tài chính và danh tiếng mà không cần phải cải tổ hoạt động cốt lõi của họ.)

**Thông tin:** [Đoạn 1] We seem to be entering a boom era for greenwashing - the tactic of covering routine pollution in eco-friendly language. [...]. Hiring an expert agency to splash "carbon-neutral" or "net-zero" across products is far easier, buying time while emissions remain untouched.

(Dường như chúng ta đang bước vào thời kỳ bùng nổ của "greenwashing" - một chiến thuật che đậy ô nhiễm thường xuyên bằng ngôn ngữ thân thiện với môi trường. [...]. Việc thuê một công ty chuyên gia để quảng bá "trung hòa carbon" hoặc "không phát thải ròng" trên toàn bộ sản phẩm dễ dàng hơn nhiều, vừa tiết kiệm thời gian vừa không ảnh hưởng đến lượng khí thải.)

**C. The shift from denying climate science to applying "green" paint reflects high-emitting industries' genuine commitment to renewables.** => SAI

(Việc chuyển từ phủ nhận khoa học khí hậu sang "tô màu xanh" phản ánh cam kết thực sự của các ngành phát thải cao đối với năng lượng tái tạo.)

**Thông tin:** [Đoạn 3] Having realised that denying climate science now backfires, the industry has swapped denial for Csont Press release tumpet potential resale ventures renewable ventures while drilling plans expand unabated.

(Nhận ra rằng việc phủ nhận khoa học khí hậu hiện nay sẽ phản tác dụng, ngành công nghiệp này đã chuyển từ phủ nhận sang Csont Press release tumpet các dự án bán lại tiềm năng các dự án năng lượng tái tạo trong khi các kế hoạch khoan vẫn tiếp tục mở rộng.)

**D. Investors who value long-term environmental impact** put pressure on companies to implement substantial structural reforms. => SAI

(Các nhà đầu tư coi trọng tác động môi trường dài hạn gây áp lực lên các công ty nhằm thực hiện các cải cách cơ cấu sâu rộng.)

**Thông tin:** [Đoạn 1] Picture running a high-emitting corporation: meaningful decarbonisation would demand painful negotiations, huge capital outlays, and a full redesign of the business model. Hiring an expert agency to splash "carbon-neutral" or "net-zero" across products is far easier, buying time while emissions remain untouched.

(Hãy tưởng tượng việc điều hành một tập đoàn phát thải cao: việc giảm thiểu carbon một cách hiệu quả sẽ đòi hỏi những cuộc đàm phán khó khăn, chi phí vốn khổng lồ và việc thiết kế lại toàn bộ mô hình kinh doanh.)

Việc thuê một công ty chuyên gia để áp dụng tiêu chuẩn "trung hòa carbon" hoặc "không phát thải ròng" cho các sản phẩm sẽ dễ dàng hơn nhiều, vừa tiết kiệm thời gian vừa không ảnh hưởng đến lượng khí thải.)

**Đáp án: B.**

### Question 28. A

**Phương pháp:**

Dịch nghĩa câu được cho, nghĩa của câu tại vị trí được đánh dấu và mối liên hệ giữa các câu để xác định vị trí thích hợp đặt câu vào sau cho tạo thành đoạn văn hoàn chỉnh.

**Cách giải:**

Câu sau đây phù hợp nhất ở vị trí nào trong đoạn văn?

(Where in the passage does the following sentence best fit?)

**Yet greenwashing is arguably more insidious.**

(Tuy nhiên, greenwashing được cho là còn tinh vi và nguy hiểm hơn.)

A. [IV]

B. [III]

C. [II]

D. [I]

[Đoạn 4] Why does this matter? Greenwashing and climate denial share a core objective: to postpone the deep emission cuts claimed by scientists as urgent this decade. **Yet greenwashing is arguably more insidious.**

[IV] Whereas denial disputes the crisis, greenwashing misleads the public into believing problems are solved, thereby eroding consumer advocacy of genuine environmental actions and stalling regulatory reforms. In effect, It acts as a soothing lullaby, guiding society ever closer to ecological breakdown while fostering a false sense of progress. Exposing the facade- and Insisting on verifiable, measurable carbon reductions-Is essential if rhetoric is to give way to real action.

(Tại sao điều này lại quan trọng? Việc tẩy xanh và phủ nhận biến đổi khí hậu có chung một mục tiêu cốt lõi: trì hoãn việc cắt giảm khí thải sâu mà các nhà khoa học cho là cấp bách trong thập kỷ này. **Tuy nhiên, việc tẩy xanh được cho là còn xảo quyệt hơn.** [IV] Trong khi việc phủ nhận phủ nhận cuộc khủng hoảng, thì việc tẩy xanh lại đánh lừa công chúng, khiến họ tin rằng các vấn đề đã được giải quyết, từ đó làm xói mòn sự ủng hộ của người tiêu dùng đối với các hành động bảo vệ môi trường thực sự và trì hoãn các cải cách quy định. Trên thực tế, nó hoạt động như một bài hát ru êm dịu, dẫn dắt xã hội ngày càng tiến gần hơn đến sự sụp đổ sinh thái, đồng thời nuôi dưỡng một cảm giác tiến bộ sai lầm. Việc vạch trần bộ mặt giả tạo - và việc khẳng định đòi giảm phát thải carbon có thể kiểm chứng và đo lường được - là điều cần thiết nếu muốn lời nói suông nhường chỗ cho hành động thực sự.)

**Đáp án: A.**

### Question 29. A

**Phương pháp:**

Đọc lướt bài đọc để nắm nội dung chính sau đó lần lượt đọc từng đáp án để chọn được đáp án tóm tắt toàn bộ bài đọc đầy đủ và đúng nhất.

**Cách giải:**

A. Greenwashing is surging as firms cover ongoing pollution in eco-friendly rhetoric, distracting the public and postponing the deep emission cuts scientists deem urgent.

*(Greenwashing đang gia tăng khi các công ty che đậy tình trạng ô nhiễm đang diễn ra bằng ngôn ngữ thân thiện với môi trường, đánh lạc hướng công chúng và trì hoãn việc cắt giảm khí thải sâu mà các nhà khoa học cho là cấp bách.)*

B. High-emitting sectors follow the trend of greenwashing, boasting about promising renewable ventures in press releases while quietly going on damaging the environment.

*(Các ngành phát thải cao chạy theo xu hướng greenwashing, khoe khoang về các dự án năng lượng tái tạo đầy hứa hẹn trong thông cáo báo chí trong khi âm thầm tiếp tục gây hại cho môi trường.)*

C. Instead of investing in meaningful decarbonisation, major emitters have a tendency to opt for denying the claim of "carbon-neutral" or "net-zero" on their product lines.

*(Thay vì đầu tư vào việc khử carbon một cách có ý nghĩa, các bên phát thải lớn có xu hướng chọn cách phủ nhận các tuyên bố "carbon trung tính" hoặc "phát thải ròng bằng 0" trên dòng sản phẩm của họ.)*

D. Once a prevalent strategy of corporations in response to public scrutiny, climate denial is losing its effectiveness and has to be replaced by greenwashing.

*(Từng là một chiến lược phổ biến của các công ty nhằm đối phó với sự giám sát của công chúng, việc phủ nhận biến đổi khí hậu đang mất dần hiệu quả và buộc phải được thay thế bằng greenwashing.)*

**Đáp án: A.**

**Question 30. A**

**Phương pháp:**

Dựa vào nghĩa của câu trước chỗ trống và cách sử dụng của các LIÊN TỪ và lần lượt điền các đáp án vào chỗ trống để chọn được đáp án phù hợp nhất tạo thành câu có nghĩa.

**Managing your finances properly is essential for a stable and secure life. (30) \_\_\_\_\_, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading (31) \_\_\_\_\_ overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket.**

*(Quản lý tài chính đúng cách là điều cần thiết cho một cuộc sống ổn định và an toàn. (30) \_\_\_\_\_, nhiều người gặp khó khăn trong việc lập ngân sách và tiết kiệm, và sớm muộn gì cũng từ bỏ kế hoạch tài chính của mình, cuối cùng dẫn (31) \_\_\_\_\_ chi tiêu quá mức và căng thẳng tài chính. Dưới đây là một số mẹo để quản lý tốt túi tiền của bạn.)*

**Cách giải:**

A. However: *tuy nhiên* => phù hợp với ngữ cảnh của đoạn

B. Otherwise: *mặt khác thì* => không phù hợp với ngữ cảnh của đoạn

C. Though: *tuy nhiên* => sai ngữ pháp vì khi "though" đứng đầu câu thì sau nó không được có dấu phẩy

D. While: *trong khi* => sai ngữ pháp vì khi “though” đứng đầu câu thì sau nó không được có dấu phẩy  
 Câu hoàn chỉnh: (30) **However**, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading (31) \_\_\_\_\_ overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket.

((30) Tuy nhiên, nhiều người gặp khó khăn trong việc lập ngân sách và tiết kiệm, và sớm muộn gì cũng từ bỏ kế hoạch tài chính của mình, cuối cùng dẫn (31) \_\_\_\_\_ chi tiêu quá mức và căng thẳng tài chính. Dưới đây là một số mẹo để quản lý tốt túi tiền của bạn.)

**Đáp án: A.**

### Question 31. D

#### Phương pháp:

Dựa vào động từ “lead” để chọn giới từ đúng kết hợp với nó.

**However**, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading (31) \_\_\_\_\_ overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket.

(Tuy nhiên, nhiều người gặp khó khăn trong việc lập ngân sách và tiết kiệm, và sớm muộn gì cũng từ bỏ kế hoạch tài chính của mình, cuối cùng dẫn (31) \_\_\_\_\_ chi tiêu quá mức và căng thẳng tài chính. Dưới đây là một số mẹo để quản lý tốt túi tiền của bạn.)

#### Cách giải:

Cụm động từ “lead to + N” (dẫn đến cái gì)

Câu hoàn chỉnh: However, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading (31) **to** overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket.

(Tuy nhiên, nhiều người gặp khó khăn trong việc lập ngân sách và tiết kiệm, và sớm muộn gì cũng từ bỏ kế hoạch tài chính của mình, cuối cùng dẫn (31) đến chi tiêu quá mức và căng thẳng tài chính. Dưới đây là một số mẹo để quản lý tốt túi tiền của bạn.)

**Đáp án: D.**

### Question 32. D

#### Phương pháp:

Dựa vào danh từ số ít “month” (tháng) và cách sử dụng của các lượng từ để chọn đáp án đúng.

#### Cách giải:

- A. many (nhiều) + danh từ số nhiều => sai ngữ pháp
- B. some (một số/ một vài) + danh từ số nhiều => sai ngữ pháp
- C. much (nhiều) + danh từ không đếm được => sai ngữ pháp
- D. each (mỗi) + danh từ số ít => đúng ngữ pháp

Câu hoàn chỉnh: Have a bank account with an increasing amount of savings **each** month by setting realistic financial goals.

(Hãy có một tài khoản ngân hàng với số tiền tiết kiệm tăng dần mỗi tháng bằng cách đặt ra các mục tiêu tài chính thực tế.)

**Đáp án: D.**

### Question 33. C

**Phương pháp:**

Dựa vào quy tắc sắp xếp từ loại trong cụm danh từ để chọn đáp án đúng.

**Buy (33) \_\_\_\_\_ within your price range.**

(Hãy mua \_\_\_\_\_ trong khả năng chi trả của bạn.)

**Cách giải:**

Thứ tự sắp xếp trong cụm danh từ: tính từ + danh từ phụ (phải ở dạng số ít) + danh từ chính (có thể dạng số nhiều)

affordable (adj): *rẻ, phù hợp túi tiền* => tính từ

quality (n): *chất lượng* => danh từ phụ

products (n-s): *những sản phẩm* => danh từ chính

Câu hoàn chỉnh: Buy **affordable quality products** within your price range.

(Hãy mua những sản phẩm chất lượng và có giá phải chăng trong khả năng chi trả của bạn.)

**Đáp án: C.**

### Question 34. D

**Phương pháp:**

- Dịch nghĩa câu đề bài để hiểu được ngữ cảnh của câu.

- Dịch nghĩa các TÍNH TỪ và lần lượt điền các đáp án vào chỗ trống để chọn được đáp án phù hợp nhất tạo thành câu có nghĩa.

**Track your spending carefully to avoid (34) \_\_\_\_\_ expenditure on unnecessary purchases.**

(Theo dõi chi tiêu của bạn một cách cẩn thận để tránh việc \_\_\_\_\_ cho những món đồ không cần thiết.)

**Cách giải:**

A. possessive (adj): *sở hữu*

B. restrictive: *hạn chế*

C. objective: *khách quan / mục tiêu*

D. excessive: *quá mức*

Câu hoàn chỉnh: Track your spending carefully to avoid **excessive** expenditure on unnecessary purchases.

(Theo dõi chi tiêu của bạn một cách cẩn thận để tránh việc chi tiêu quá mức cho những món đồ không cần thiết.)

**Đáp án: D.**

### Question 35. A

**Phương pháp:**

Dựa vào cụm từ “get your money” để chọn từ đúng kết hợp tạo thành cụm thành ngữ đúng và phù hợp với ngữ cảnh của câu.

**Prioritise things that bring you lasting happiness and financial security to get your money's \_\_\_\_\_.**

(Ưu tiên những điều mang lại cho bạn niềm hạnh phúc lâu dài và sự an toàn tài chính để \_\_\_\_\_.)

**Cách giải:**

- A. worth (n): giá trị
- B. price (n): giá cả
- C. rate (n): tỉ lệ
- D. cost (n): chi phí

Ta có thành ngữ (idiom): get your money's worth (xứng đáng với số tiền đã bỏ ra)

Câu hoàn chỉnh: Prioritise things that bring you lasting happiness and financial security to get your money's **worth**.

(Ưu tiên những điều mang lại cho bạn niềm hạnh phúc lâu dài và sự an toàn tài chính để xứng đáng với số tiền bạn bỏ ra.)

**Đáp án: A.**

**Bài hoàn chỉnh:**

### How to Manage Your Money Wisely?

Managing your finances properly is essential for a stable and secure life. **(30) However**, many people struggle with budgeting and saving and give up their financial plans sooner or later, eventually leading **(31) to** overspending and financial stress. Here are some tips to well manage your pocket.

- Invest some of your money if possible.
- Have a bank account with an increasing amount of savings **(32) each** month by setting realistic financial goals.
- Buy **(33) affordable quality products** within your price range.
- Track your spending carefully to avoid **(34) excessive** expenditure on unnecessary purchases.
- Prioritise things that bring you lasting happiness and financial security to get your money's **(35) worth**.

(Adapted from <https://www.thebalancemoney.com>)

**Tam dịch:**

*Làm thế nào để quản lý tiền bạc một cách khôn ngoan?*

Quản lý tài chính đúng cách là điều cần thiết cho một cuộc sống ổn định và an toàn. **(30) Tuy nhiên**, nhiều người gặp khó khăn trong việc lập ngân sách và tiết kiệm, và sớm muộn gì cũng từ bỏ kế hoạch tài chính của mình, cuối cùng dẫn **(31) đến** chi tiêu quá mức và căng thẳng tài chính. Dưới đây là một số mẹo để quản lý tốt túi tiền của bạn.

- Nếu có thể, hãy đầu tư một phần tiền của bạn.
- Có một tài khoản ngân hàng với số tiền tiết kiệm ngày càng tăng **(32) mỗi** tháng bằng cách đặt ra các mục tiêu tài chính thực tế.

- Mua (33) **sản phẩm chất lượng giá cả phải chăng** trong phạm vi ngân sách của bạn.
- Theo dõi chỉ tiêu cẩn thận để tránh chỉ tiêu (34) **quá mức** cho những khoản mua sắm không cần thiết.
- Ưu tiên những thứ mang lại cho bạn hạnh phúc lâu dài và sự an toàn tài chính để (35) **xứng đáng với số tiền bạn bỏ ra**.

(Trích từ <https://www.thebalancemoney.com>)

### Question 36. D

#### Phương pháp:

Vì trước chỗ trống đã có mệnh đề hoàn chỉnh “Some people undertake a process of extensive problem solving” + mệnh đề quan hệ “in which information is sought about a series of products” => chỗ trống có thể là mệnh đề độc lập/ phụ thuộc.

Cần dịch nghĩa của các đáp án và lần lượt điền vào chỗ trống sao cho tạo thành câu hoàn chỉnh có nghĩa phù hợp.

**Some people undertake a process of extensive problem solving, in which information is sought about a series of products, (36) \_\_\_\_\_.**

(Một số người thực hiện quá trình giải quyết vấn đề một cách kỹ lưỡng, trong đó họ tìm kiếm thông tin về một loạt sản phẩm, \_\_\_\_\_.)

#### Cách giải:

A. each of which is evaluated and compared with similar products => không phù hợp với ngữ cảnh  
(mỗi sản phẩm đều được đánh giá và so sánh với các sản phẩm tương tự)

B. every one of them undergoes evaluations and comparisons with similar products => sai ngữ pháp ở cụm từ “every one of them” nên thay bằng “each of them”

C. when it is similarly evaluated and compared with other products => không phù hợp với ngữ cảnh  
(khi được đánh giá và so sánh tương tự với các sản phẩm khác)

D. those with similarities to other products will be evaluated and compared carefully => phù hợp với ngữ cảnh

(những sản phẩm có điểm tương đồng với các sản phẩm khác sẽ được đánh giá và so sánh cẩn thận)

Câu hoàn chỉnh: Some people undertake a process of extensive problem solving, in which information is sought about a series of products, **those with similarities to other products will be evaluated and compared.**

(Một số người thực hiện quá trình giải quyết vấn đề một cách kỹ lưỡng, trong đó họ tìm kiếm thông tin về một loạt sản phẩm, và những sản phẩm có điểm tương đồng với các sản phẩm khác sẽ được đánh giá và so sánh.)

**Đáp án: A.**

### Question 37. C

#### Phương pháp:

Phân tích thành phần câu ta thấy trước chỗ trống là chủ ngữ số nhiều “Other consumers” và sau chỗ trống là tân ngữ “for the sake of their convenience” => chỗ trống phải là động từ được chia theo thì đúng.

Other consumers with no patience to explore a variety of choices (37) \_\_\_\_\_, for the sake of their convenience rather than trying to guarantee that they buy the best possible product.

(Những người tiêu dùng khác không đủ kiên nhẫn để khám phá nhiều lựa chọn khác nhau (37) \_\_\_\_\_, vì sự tiện lợi của họ thay vì cố gắng đảm bảo rằng họ mua được sản phẩm tốt nhất có thể.)

**Cách giải:**

A. be deliberate to confine themselves to a small number of choices => sai ngữ pháp vì động từ “be” chưa được chia theo thì

B. being deliberately confined themselves to fewer choices => sai ngữ pháp vì động từ “being” chưa được chia theo thì

C. will deliberately confine themselves to a small number of choices => thì tương lai đơn đúng ngữ pháp (sẽ cố ý giới hạn bản thân trong một vài lựa chọn)

D. fewer choices are deliberately confined to themselves => sai ngữ pháp vì thừa chủ ngữ “fewer choices”

Câu hoàn chỉnh: Other consumers with no patience to explore a variety of choices (37) **will deliberately confine themselves to a small number of choices**, for the sake of their convenience rather than trying to guarantee that they buy the best possible product.

(Những người tiêu dùng khác không đủ kiên nhẫn để khám phá nhiều lựa chọn khác nhau (37) sẽ cố ý giới hạn bản thân trong một vài lựa chọn, vì sự tiện lợi của họ thay vì cố gắng đảm bảo rằng họ mua được sản phẩm tốt nhất có thể.)

**Đáp án: C.**

### Question 38. B

**Phương pháp:**

Vì chỗ trống cần một câu hoàn chỉnh nên cần dựa vào nghĩa của các câu trước và sau nó để xác định sự tương quan từ đó chọn đáp án có nghĩa phù hợp với cả đoạn.

Many consumers engage in routinised response behaviour, in which choices change relatively little over time. (38) \_\_\_\_\_. Also, some holidaymakers who have been content with a particular company or destination in the past may opt for the same experience again.

(Nhiều người tiêu dùng có hành vi phản ứng theo thói quen, trong đó các lựa chọn thay đổi tương đối ít theo thời gian. (38) \_\_\_\_\_. Ngoài ra, một số du khách đã hài lòng với một công ty hoặc điểm đến cụ thể trong quá khứ có thể sẽ lựa chọn lại trải nghiệm đó.)

**Cách giải:**

A. Common brands, by contrast, are a pattern among loyal consumers => không phù hợp với ngữ cảnh (Ngược lại, các thương hiệu phổ biến là một mô hình trong số những người tiêu dùng trung thành)

B. This is a common pattern among brand-loyal consumers, for example => phù hợp với ngữ cảnh (Đây là một mô hình phổ biến trong số những người tiêu dùng trung thành với thương hiệu, ví dụ)

C. By contrast, a consumer-loyal pattern is seen among common brands => không phù hợp với ngữ cảnh (Ngược lại, một mô hình trung thành với người tiêu dùng được thấy trong số các thương hiệu phổ biến)

D. This is a common example of brands with loyalty to a consumer pattern => không phù hợp với ngữ cảnh  
(Đây là một ví dụ phổ biến về các thương hiệu có lòng trung thành với một mô hình người tiêu dùng)

Đoạn hoàn chỉnh: Many consumers engage in routinised response behaviour, in which choices change relatively little over time. **(38) This is a common pattern among brand-loyal consumers, for example.** Also, some holidaymakers who have been content with a particular company or destination in the past may opt for the same experience again.

(Nhiều người tiêu dùng có hành vi phản ứng theo thói quen, trong đó các lựa chọn thay đổi tương đối ít theo thời gian. (38) Đây là một mô hình phổ biến trong số những người tiêu dùng trung thành với thương hiệu, ví dụ. Ngoài ra, một số du khách đã hài lòng với một công ty hoặc điểm đến cụ thể trong quá khứ có thể sẽ lựa chọn lại trải nghiệm đó.)

**Đáp án: B.**

### **Question 39. B**

#### **Phương pháp:**

Vì chỗ trống cần một câu hoàn chỉnh nên cần dựa vào nghĩa của các câu trước và sau nó để xác định sự tương quan từ đó chọn đáp án có nghĩa phù hợp với cả đoạn.

**Finally, some consumers will buy on impulse. (39) \_\_\_\_\_. It is, in fact, a pattern of behaviour that is becoming increasingly prevalent - to the dismay of the operators, who then have less scope for forward planning and reduced opportunities to gain from investing deposits in the short term.**

(Cuối cùng, một số người tiêu dùng sẽ mua hàng theo cảm tính. (39) \_\_\_\_\_. Trên thực tế, đây là một kiểu hành vi ngày càng phổ biến - khiến các nhà điều hành kinh ngạc, khi họ có ít không gian hơn để lập kế hoạch trước và giảm cơ hội thu lợi từ việc đầu tư tiền gửi trong ngắn hạn.)

#### **Cách giải:**

A. The products cost little, which means they are better known and more favoured by typical holiday purchasers => không phù hợp với ngữ cảnh

(Các sản phẩm có giá thành thấp, nghĩa là chúng được biết đến nhiều hơn và được ưa chuộng hơn bởi những người mua sắm thông thường vào dịp lễ)

B. While this is more typical of products costing little, it is by no means unknown among holiday purchasers => phù hợp với ngữ cảnh

(Mặc dù điều này thường gặp ở các sản phẩm có giá thành thấp, nhưng nó không có nghĩa là không được biết đến đối với những người mua sắm vào dịp lễ)

C. It doesn't matter whether products are unknown, it is typical of purchasers to have holidays costing little => không phù hợp với ngữ cảnh

(Cho dù sản phẩm có ít người biết đến hay không, việc người mua sắm có những kỳ nghỉ có giá thành thấp là điều bình thường)

D. In the meantime, holidays costing little are known to be products typically favoured by many purchasers => không phù hợp với ngữ cảnh

(Trong khi đó, những kỳ nghỉ có giá thành thấp được biết đến là những sản phẩm thường được nhiều người mua ưa chuộng)

(Cho dù sản phẩm có ít người biết đến hay không, việc người mua sắm có những kỳ nghỉ có giá thành thấp là điều bình thường)

Câu hoàn chỉnh: Finally, some consumers will buy on impulse. (39) **While this is more typical of products costing little, it is by no means unknown among holiday purchasers.** It is, in fact, a pattern of behaviour that is becoming increasingly prevalent - to the dismay of the operators, who then have less scope for forward planning and reduced opportunities to gain from investing deposits in the short term.

(Cuối cùng, một số người tiêu dùng sẽ mua hàng theo cảm tính. (39) Mặc dù điều này thường gặp ở các sản phẩm có giá thành thấp, nhưng nó không có nghĩa là không được biết đến đối với những người mua sắm vào dịp lễ. Trên thực tế, đây là một kiểu hành vi ngày càng phổ biến - khiến các nhà điều hành kinh ngạc, khi họ có ít không gian hơn để lập kế hoạch trước và giảm cơ hội thu lợi từ việc đầu tư tiền gửi trong ngắn hạn.)

**Đáp án: B.**

#### Question 40. D

#### Phương pháp:

Sau chỗ trống là mệnh đề bắt đầu với “where” nên chỗ trống phải là mệnh đề độc lập hoàn chỉnh, cần dịch nghĩa của các đáp án và lần lượt điền vào chỗ trống sao cho tạo thành câu đúng ngữ pháp và phù hợp về nghĩa.

(40) \_\_\_\_\_ where 'distressed stock' needs to be cleared at short notice and this can be stimulated by late availability offers particularly.

((40) \_\_\_\_\_ nơi 'hàng tồn kho gặp khó khăn' cần được thanh lý trong thời gian ngắn và điều này có thể được thúc đẩy đặc biệt bởi các ưu đãi về tình trạng sẵn có muộn.)

#### Cách giải:

A. Though such trait of impulse purchasing proves to be valuable => sai ngữ pháp vì đây là mệnh đề phụ thuộc với “though”

(Mặc dù đặc điểm mua sắm bốc đồng này tỏ ra có giá trị)

B. So valuable is such purchasing trait that it proves to be impulsive => không phù hợp với ngữ cảnh

(Đặc điểm mua hàng như vậy có giá trị đến mức nó tỏ ra bốc đồng)

C. Such trait is so impulsive that it proves to be valuable to purchasers => không phù hợp với ngữ cảnh

(Tính chất bốc đồng này tỏ ra có giá trị đối với người mua)

D. Such impulse purchasing proves to be a valuable trait, though => phù hợp với ngữ cảnh

(Tuy nhiên, việc mua sắm bốc đồng như vậy chứng tỏ là một đặc điểm có giá trị)

Câu hoàn chỉnh: (40) **Such impulse purchasing proves to be a valuable trait, though** where 'distressed stock' needs to be cleared at short notice and this can be stimulated by late availability offers particularly.

((40) Tuy nhiên, việc mua sắm bốc đồng như vậy chứng tỏ là một đặc điểm có giá trị nơi 'hàng tồn kho gặp khó khăn' cần được thanh lý trong thời gian ngắn và điều này có thể được thúc đẩy đặc biệt bởi các ưu đãi về tình trạng sẵn có muộn.)

(Việc mua hàng theo cảm hứng được chứng minh là một đặc điểm có giá trị, đặc biệt trong những trường hợp “hàng tồn kho cần được thanh lý gấp” và điều này có thể được kích thích bởi các ưu đãi mua hàng vào phút chót.)

**Đáp án: D.**

**Bài hoàn chỉnh:**

The process of sorting through the various holidays on offer and determining which is the best for you is inevitably complex and individual personality traits will determine the eventual decision. Some people undertake a process of extensive problem solving, in which information is sought about a series of products, **(36) each of which is evaluated and compared with similar products.** Other consumers with no patience to explore a variety of choices **(37) will deliberately confine themselves to a small number of choices,** for the sake of their convenience rather than trying to guarantee that they buy the best possible product. This is known as limited problem solving.

Many consumers engage in routinised response behaviour, in which choices change relatively little over time. **(38) This is a common pattern among brand-loyal consumers, for example.** Also, some holidaymakers who have been content with a particular company or destination in the past may opt for the same experience again.

Finally, some consumers will buy on impulse. **(39) While this is more typical of products costing little, it is by no means unknown among holiday purchasers.** It is, in fact, a pattern of behaviour that is becoming increasingly prevalent - to the dismay of the operators, who then have less scope for forward planning and reduced opportunities to gain from investing deposits in the short term. **(40) Such impulse purchasing proves to be a valuable trait, though** where 'distressed stock' needs to be cleared at short notice and this can be stimulated by late availability offers particularly.

**Tam dịch:**

Quá trình lựa chọn trong số các kỳ nghỉ được cung cấp và xác định kỳ nghỉ nào phù hợp nhất với bạn chắc chắn rất phức tạp và các đặc điểm cá nhân sẽ quyết định quyết định cuối cùng. Một số người thực hiện quá trình giải quyết vấn đề kỹ lưỡng, trong đó họ tìm kiếm thông tin về một loạt sản phẩm, **(36) mỗi sản phẩm trong số đó được đánh giá và so sánh với các sản phẩm tương tự.** Những người tiêu dùng khác không có kiên nhẫn để khám phá nhiều lựa chọn **(37) sẽ cố ý giới hạn bản thân trong một số lựa chọn nhỏ,** vì sự tiện lợi hơn là cố gắng đảm bảo rằng họ mua được sản phẩm tốt nhất có thể. Điều này được gọi là giải quyết vấn đề có giới hạn.

Nhiều người tiêu dùng có xu hướng hành động theo thói quen, trong đó các lựa chọn thay đổi tương đối ít theo thời gian. **(38) Đây là một kiểu mẫu phổ biến, chẳng hạn, ở những người tiêu dùng trung thành với thương hiệu.** Ngoài ra, một số khách du lịch đã hài lòng với một công ty hoặc điểm đến cụ thể trong quá khứ có thể chọn trải nghiệm tương tự một lần nữa.

Cuối cùng, một số người tiêu dùng sẽ mua hàng theo cảm hứng. **(39) Mặc dù điều này phổ biến hơn đối với các sản phẩm có giá thấp, nhưng hoàn toàn không hiếm gặp ở những người mua hàng cho kỳ nghỉ.** Trên

thực tế, đây là một kiểu hành vi ngày càng phổ biến – khiến các nhà điều hành lo ngại, vì họ sẽ có ít khả năng lập kế hoạch trước và giảm cơ hội thu lợi từ việc đầu tư đặt cọc trong ngắn hạn. (40) **Việc mua hàng theo cảm hứng được chứng minh là một đặc điểm có giá trị**, đặc biệt trong những trường hợp “hàng tồn kho cần được thanh lý gấp” và điều này có thể được kích thích bởi các ưu đãi mua hàng vào phút chót.