

**ĐỀ DỰ ĐOÁN ĐẶC BIỆT**  
**PHÁT TRIỂN ĐỀ MINH HỌA 2025: ĐỀ SỐ 22**

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

**Join Our Eco-Volunteers Programme!**

Are you passionate about making a difference in the environment? Our Eco-Volunteers Programme allows individuals (1) \_\_\_\_\_ to sustainable projects that protect nature and promote biodiversity.

Offering a wide (2) \_\_\_\_\_ of activities – from planting trees to educating communities – this programme has (3) \_\_\_\_\_ opportunities for you to explore and engage in environmental preservation.

Working alongside dedicated professionals, you'll gain hands-on experience (4) \_\_\_\_\_ real-world challenges, helping communities in need and learning valuable skills. Volunteers (5) \_\_\_\_\_ in this programme enjoy outdoor adventures, meeting like-minded individuals, and making a meaningful impact on the planet. By the end, you'll feel both accomplished and (6) \_\_\_\_\_, knowing you played a role in preserving the environment for future generations.

Sign up today and be part of a programme designed to make a difference.

- |                    |                           |                          |                         |                        |
|--------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------|
| <b>Question 1.</b> | <b>A.</b> to contributing | <b>B.</b> to contribute  | <b>C.</b> contribute    | <b>D.</b> contributing |
| <b>Question 2.</b> | <b>A.</b> range           | <b>B.</b> degree         | <b>C.</b> volume        | <b>D.</b> amount       |
| <b>Question 3.</b> | <b>A.</b> each            | <b>B.</b> another        | <b>C.</b> many          | <b>D.</b> others       |
| <b>Question 4.</b> | <b>A.</b> putting up      | <b>B.</b> taking over    | <b>C.</b> dealing with  | <b>D.</b> carrying out |
| <b>Question 5.</b> | <b>A.</b> participated    | <b>B.</b> to participate | <b>C.</b> participating | <b>D.</b> participate  |
| <b>Question 6.</b> | <b>A.</b> refreshingly    | <b>B.</b> refreshing     | <b>C.</b> refreshed     | <b>D.</b> refresh      |

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

**ASEAN Young Leaders Conference 2024**

Join us for the ASEAN Young Leaders Conference 2024 – an inspiring event that brings together future leaders from across Southeast Asia. This year's theme, *Innovative Solutions for Sustainable Development*, will explore creative (7) \_\_\_\_\_ to tackle today's challenges.

Engage with passionate (8) \_\_\_\_\_ from diverse ASEAN countries, building a strong leadership network that strengthens regional partnerships and fosters shared growth. The conference offers a valuable platform (9) \_\_\_\_\_ critical topics like sustainability, economic development, and cultural exchange.

Held at the ASEAN Cultural Centre, the event includes interactive workshops, dynamic keynote speeches, and a (10) \_\_\_\_\_. Don't miss this chance to take part in a truly impactful journey, connecting

(11) \_\_\_\_\_ like-minded individuals and developing practical skills.

Mark your calendar – (12) \_\_\_\_\_ the first step toward a sustainable future in ASEAN!

- |                    |                           |                         |                          |                       |
|--------------------|---------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|
| <b>Question 7.</b> | <b>A.</b> journeys        | <b>B.</b> strategies    | <b>C.</b> routines       | <b>D.</b> lifestyles  |
| <b>Question 8.</b> | <b>A.</b> representatives | <b>B.</b> dwellers      | <b>C.</b> inhabitants    | <b>D.</b> peers       |
| <b>Question 9.</b> | <b>A.</b> with regard to  | <b>B.</b> regardless of | <b>C.</b> in contrast to | <b>D.</b> in place of |

- |                     |   |   |               |                |
|---------------------|---|---|---------------|----------------|
| <b>Question 10.</b> | <b>A.</b> transformative experience<br>networking | <b>B.</b> networking transformative<br>experience |               |                |
|                     | <b>C.</b> experience transformative<br>networking | <b>D.</b> transformative networking<br>experience |               |                |
| <b>Question 11.</b> | <b>A.</b> at                                      | <b>B.</b> for                                     | <b>C.</b> in  | <b>D.</b> with |
| <b>Question 12.</b> | <b>A.</b> make                                    | <b>B.</b> lead                                    | <b>C.</b> put | <b>D.</b> take |

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

**Question 13.**

Hi Sarah,

- a. Spending time with the kids has been both challenging and incredibly rewarding, especially seeing the impact even small activities can have.
- b. I really appreciate your suggestion to volunteer at the local orphanage - it's been such a meaningful experience.
- c. Maybe we could volunteer together sometime? Let me know what you think!
- d. Your tips on engaging them with fun activities were a huge help! The kids loved them.
- e. Although my schedule is tight, I've been able to visit once a week, and it's become something I really look forward to.

Write back soon.

Jamie

- A.** a – b – e – c – d    **B.** d – b – e – a – c    **C.** b – a – d – e – c    **D.** e – a – b – d – c

**Question 14.**

- a. Quang: Hi, Peter! Yes, I am! I've heard it's going to be a lot of fun. Have you been on a field trip like this before?
- b. Peter: Hi, Quang! Long time no see. Are you excited about the field trip?
- c. Peter: Yes, I have. Last year, we went to a similar place, and it was amazing! I'm sure this one will be even better.

- A.** c – a – b    **B.** a – b – c    **C.** b – a – c    **D.** b – c – a

**Question 15.**

- a. Martin: It's a fantastic way to meet people from various backgrounds, and it's super convenient!
- b. Martin: I thought I'd try connecting with people on social media.
- c. Kim: What's your plan for meeting new people?
- d. Kim: I get it, but I still prefer meeting people in person - it feels more genuine to me.
- e. Kim: What makes social media so appealing for that?

- A.** c – a – d – b – e    **B.** e – b – d – a – c    **C.** e – a – c – b – d    **D.** c – b – e – a – d

**Question 16.**

- a. However, despite these efforts, fake news persists, partly due to the ease with which content is shared online.
- b. Trusted news sources are increasingly questioned, as sensationalism often overshadows accuracy to attract readers.
- c. This rise in misinformation has prompted responses from tech companies, governments, and activists, all working to address the problem.

- d. Over the past few years, fake news has become a widespread issue.
- e. The shift toward sensationalism has fuelled the spread of fake news, leaving people uncertain about which sources to trust.

A. d – b – e – c – a    B. d – c – a – b – e    C. d – a – c – b – e    D. d – e – b – a – c

**Question 17.**

- a. Engaging in these movements online connects me with a diverse community and fosters a sense of purpose.
- b. In conclusion, I find hashtag activism incredibly rewarding as it aligns with my passion for advocacy and digital outreach.
- c. Over the past year, I've actively participated in online campaigns, where I use targeted hashtags to raise awareness and rally support.
- d. While maintaining momentum and visibility can be challenging, the chance to influence positive change is worth the effort.
- e. My dedication to social issues and digital engagement naturally led me to explore the power of hashtag activism.

A. a – c – d – e – b    B. c – e – a – d – b    C. e – c – a – d – b    D. d – a – c – e – b

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

Vietnamese customs and traditions, deeply rooted in cultural history and values, (18) \_\_\_\_\_. One such example is the celebration of Tet, or the Lunar New Year, which marks the beginning of spring. Traditionally, families gather to pay respects to their ancestors and to welcome the new year with hopes of prosperity and happiness. During this time, people decorate their homes with kumquat trees and peach blossoms, symbols of luck and longevity.

Vietnam's rich cultural heritage includes a wide array of unique rituals and practices (19) \_\_\_\_\_. At festivals such as the Mid-Autumn Festival, children parade with lanterns, and families share mooncakes, expressing unity and joy. These traditions highlight the importance of family bonds and respect for older generations, core values of Vietnamese culture.

Vietnamese attire also reflects a deep cultural symbolism. The ao dai, a traditional long dress with side slits, has become a national symbol and is worn on special occasions to show elegance and pride. In recent years, (20) \_\_\_\_\_.

Vietnam's cultural practices extend to communication and interaction. (21) \_\_\_\_\_. Visitors are often amazed by these small yet meaningful gestures, which showcase the courtesy ingrained in Vietnamese society. The preservation of Vietnamese customs and traditions remains a priority in modern society. Passed down through generations, (22) \_\_\_\_\_.

**Question 18.**

- A. having played a vital part in defining the lives of its people
- B. which have had a major impact on the lives of its people
- C. play a significant role in shaping the lives of its people
- D. that have greatly contributed to the development of its people's lives

**Question 19.**

- A. had origins tracing back to centuries-old beliefs and philosophies
- B. is rooted in beliefs and philosophies that date back centuries
- C. whose origins stem from centuries-old beliefs and philosophies
- D. of which close ties with beliefs and philosophies dating back centuries

**Question 20.**

- A. the evolutionary style of the ao dai has made the younger generation popularise it
- B. evolving the ao dai in style, they have made it popular among the younger generation
- C. the style of the ao dai gained in popularity in evolving the younger generation
- D. the ao dai has evolved in style, making it popular among the younger generation

**Question 21.**

- A. Bowing and using respectful terms show Vietnamese respect and humility
- B. Wanting to show Vietnamese respect and humility, bowing and respectful terms are used
- C. Vietnamese respect and humility shows how to bow and use respectful terms
- D. Using respectful terms when bowing shows respect and humility for the Vietnamese

**Question 22.**

- A. Vietnamese identity is the key to these customs
- B. they make these customs vital to Vietnamese identity
- C. the value of these customs to Vietnamese identity is less clear
- D. these customs are integral to Vietnamese identity

***Read the following passage about a male nursery school teacher and mark the letter A, B, C, or D on your answer sheet to indicate the correct answer to each of the questions from 23 to 30.***

ToddlerWorld Nursery was delighted to employ a trainee - twenty-two-year-old Jonathan Brown - as their first male nursery school teacher. He was also the only man who applied for the job, but, insists Margery Bowman, head teacher of ToddlerWorld, by far the best applicant. **'Both boys and girls will benefit from the experience of having a male role model in the nursery,'** says mother of two, Marjory.

Jonathan has always been interested in childcare. His own mother is a childminder and his father is a teacher. 'I've always helped Mum with looking after all the children,' he says. 'I'm used to changing nappies, feeding babies, reading stories and playing with Lego.'

But Jonathan is a **rare** male in a female world. Only 2% of nursery teachers are men and this hasn't changed for ten years. Roger Olsen of the National Nursery Trust said, 'Men are often viewed with anxiety and **suspicion** in a children's environment. Or they are expected to do things the way women would do them. But men bring different things into childcare and this has to be recognised.' Jonathan agrees. He is a qualified under-7s football coach, and plans to introduce football lessons to the nursery for boys and girls.

What do Jonathan's friends think of his choice of career? 'Actually, most of them are pretty cool about it now,' he says, though **they** do make jokes about nappies. 'And I've found that girls are actually quite impressed - so that's good!'

(Adapted from *Solutions 2nd Edition*)

**Question 23.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 1?

- A. Having a male teacher in the nursery will allow both boys and girls to develop important skills equally.
- B. Boys and girls can learn valuable things from interacting with a male figure in the nursery.
- C. The nursery benefits from employing a man because he is a great role model for everyone.
- D. Both boys and girls will learn specific skills from observing how a man teaches in the nursery.

**Question 24.** Which of the following is NOT mentioned as an activity that Jonathan Brown is familiar with?

- A. feeding babies
- B. inventing tales
- C. changing nappies
- D. playing with Lego

**Question 25.** The word **rare** in paragraph 3 could be best replaced by \_\_\_\_\_.

- A. helpful                      B. unusual                      C. encouraging                      D. common

**Question 26.** The word **suspicion** in paragraph 3 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. approval                      B. trust                      C. attention                      D. interest

**Question 27.** The word **they** in paragraph 4 refers to \_\_\_\_\_.

- A. Johathan's friends      B. girls                      C. children                      D. parents

**Question 28.** Which of the following is TRUE according to the passage?

- A. Jonathan was the first person to apply for the teaching position at the nursery.  
B. Jonathan plans to introduce football lessons at the nursery for all children.  
C. Margery Bowman was initially against hiring Jonathan as a nursery teacher.  
D. Jonathan's parents inspire him to pursue a teaching career at the nursery.

**Question 29.** In which paragraph does the writer mention Jonathan's personal background in childcare?

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

**Question 30.** In which paragraph does the writer describe prejudices faced by male nursery teachers?

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

**Read the following passage about ugly fruits and vegetables and mark the letter A, B, C, or D on your answer sheet to indicate the correct answer to each of the questions from 31 to 40.**

When buying fresh fruit and vegetables, would you select a very curly cucumber, a carrot with two 'legs', or a potato with three heads? For many people, the answer is 'no' - they look for perfect produce when they go to the supermarket.

Not anymore! In France, a large supermarket chain, Intermarché, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves. And British TV chef Jamie Oliver has followed **their** lead, together with a large UK supermarket. Both the French and British supermarkets are selling their funny-shaped fruit and veg at a huge discount as an incentive for shoppers to opt for the less attractive versions.

Over the years, supermarkets have trained their customers to expect perfect fruit and veg, with many customers **discarding** produce that isn't 'perfect'. And until recently, there were numerous, very strict rules for supermarkets about the size and shape of fresh produce. **Fortunately, there are now fewer rules, but customers need encouragement to change their shopping habits.**

There is a good reason for this change in attitude. The rejection of **misshapen** produce results in a huge amount of waste: around 20-40% of food is thrown away before it even reaches the shops. Yet at the same time, we know that world food shortages are soon going to be a real and serious problem.

[I] Fortunately, it looks like these brave, but common-sense supermarket campaigns are working. It seems that these campaigns are going to be profitable, as well as environmentally friendly. [II] Other supermarkets have already experimented with the same idea, both within and outside Europe. [III] After all, it's the taste that counts. [IV]

(Adapted from *Gateway*)

**Question 31.** According to paragraph 1, when going shopping, people tend to \_\_\_\_\_.

- A. choose ugly produce that is cheaper                      B. buy fresh and expensive fruits  
C. opt for perfect fruit and vegetables                      D. look for bargain prices

**Question 32.** The word **their** in paragraph 2 refers to \_\_\_\_\_.

- A. shelves                      B. versions                      C. shoppers                      D. Intermarché

**Question 33.** Which of the following best summarises paragraph 2?

- A. Intermarché and a UK supermarket are encouraging people to buy imperfect produce by offering it at a discount.
- B. Supermarkets in France and the UK are only selling funny-shaped fruits and vegetables to reduce food waste.
- C. Jamie Oliver and UK supermarkets are now working together to improve the quality of produce sold.
- D. Intermarché started a campaign to sell all unattractive produce at a normal price, inspiring others to do the same.

**Question 34.** The word **discarding** in paragraph 3 is closest in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. demanding                      B. rejecting                      C. accepting                      D. purchasing

**Question 35.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 3?

- A. Rules have become less stricter, so customers require more support in changing how they shop.
- B. Fortunately, few rules are now in place, which encourages customers to alter their shopping habits.
- C. Thankfully, rules have been relaxed, but customers still need motivation to adjust their shopping practices.
- D. Thankfully, customers now shop differently because of the recent reduction in rules.

**Question 36.** The word **misshapen** in paragraph 4 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. expensive                      B. normal                      C. affordable                      D. complimentary

**Question 37.** Where in paragraph 5 does the following sentence best fit?

**So, next time, when you go shopping, think before you buy.**

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

**Question 38.** Which of the following is NOT true according to the passage?

- A. Regulations for supermarkets about the size and shape of produce have been eased.
- B. The French and British supermarkets are selling ugly produce at a cheaper price.
- C. Intermarché has launched a campaign to encourage shoppers to buy ugly produce.
- D. Around 20-40% of fresh produce is thrown away after it is sold at supermarkets.

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

- A. The supermarket campaigns for ugly produce haven't been popular in other nations.
- B. Eliminating food waste can be helpful in solving global food shortages.
- C. The supermarket campaigns benefit the environment but are not quite profitable.
- D. Promoting the sale of imperfect produce helps shoppers reconsider what is important.

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

- A. Supermarkets are increasingly discounting misshapen produce to encourage shoppers to choose imperfect fruit and vegetables, but strict rules on produce appearance remain a major obstacle.
- B. Campaigns by supermarkets in France and the UK aim to reduce food waste by selling imperfect produce, showing a shift in customer habits towards appreciating quality over appearance.
- C. The rejection of oddly shaped produce creates substantial waste, but supermarkets like Intermarché are now selling misshapen fruit and veg at discounts to change customer habits and reduce food waste.
- D. Intermarché's campaign has led to a trend in Europe where only local supermarkets try selling less attractive produce at lower prices, resulting in improved customer preferences for appearance.

# BẢNG TỪ VỰNG

STT	Từ vựng	Từ loại	Phiên âm	Nghĩa
1	cucumber	n	/'kju:.kʌm.bər/	dưa chuột
2	produce	n	/'prɒdju:s/	sản phẩm
3	chain	n	/tʃeɪn/	chuỗi
4	chef	n	/ʃef/	đầu bếp
5	incentive	n	/ɪn'sen.tɪv/	phần thưởng, ưu đãi để tạo động lực
6	version	n	/'vɜ:.ʃən/	phiên bản
7	discard	v	/dɪ'skɑ:d/	vứt bỏ
8	rejection	n	/rɪ'dʒek.ʃən/	sự từ chối
9	common-sense	adj	/,kɒm.ən 'sens/	hợp lý
10	brave	adj	/breɪv/	dũng cảm
11	bargain	n	/'bɑ:.gɪn/	hời, rẻ
12	purchase	v	/'pɜ:.tʃəs/	mua
13	misshapen	adj	/mɪs'ʃeɪ.pən/ /mɪʃ'ʃeɪ.pən/	biến dạng
14	eliminate	v	/ɪ'lim.ɪ.neɪt/	loại bỏ
15	nursery	n	/'nɜ:.sər.i/	nhà trẻ
16	suspicion	n	/sə'spɪʃ.ən/	sự nghi ngờ
17	coach	n	/kəʊtʃ/	huấn luyện viên
18	nappy	n	/'næp.i/	tã
19	integral	adj	/'ɪn.tɪ.grəl/	không thể thiếu
20	sustainable	adj	/sə'steɪ.nə.bəl/	bền vững
21	effort	n	/'ef.ət/	nỗ lực
22	passionate	adj	/'pæʃ.ən.ət/	đam mê
23	dedicated	adj	/'ded.ɪ.keɪ.tɪd/	tận tâm
24	valuable	adj	/'væl.jə.bəl/	quý giá
25	refreshed	adj	/rɪ'frefʃt/	sảng khoái
26	refresh	v	/rɪ'frefʃ/	làm tươi mới
27	conference	n	/'kɒn.fər.əns/	hội nghị
28	dynamic	adj	/daɪ'næm.ɪk/	sôi động
29	peer	n	/pɪə(r)/	người bạn cùng trang lứa
30	transformative	adj	/træns'fɔ:.mə.tɪv/	mang tính chuyển đổi
31	rewarding	adj	/rɪ'wɔ:.dɪŋ/	xứng đáng
32	genuine	adj	/'dʒen.ju.ɪn/	chân thật
33	appealing	adj	/ə'pi:.lɪŋ/	hấp dẫn
34	sensationalism	n	/sen'seɪ.ʃən.əl.ɪ.zəm/	chủ nghĩa giật gân
35	overshadow	v	/,əʊ.və'ʃæd.əʊ/	làm lu mờ
36	accuracy	n	/'æk.jə.rə.si/	tính chính xác
37	advocacy	n	/'æd.və.kə.si/	sự ủng hộ
38	momentum	n	/mə'men.təm/	động lực
39	align	v	/'æk.jə.rə.si/	phù hợp
40	ancestor	n	/'æn.ses.tər/	tổ tiên
41	prosperity	n	/prɒs'per.ə.ti/	sự thịnh vượng
42	heritage	n	/'her.ɪ.tɪdʒ/	di sản
43	ritual	n	/'rɪtʃ.u.əl	nghi thức, nghi lễ
44	symbolism	n	/'sɪm.bəl.ɪ.zəm/	tính biểu tượng





45	attire	n	/ə'taɪər/	trang phục
46	reflect	v	/rɪ'flekt/	phản ánh
47	gesture	n	/'dʒes.tʃər/	cử chỉ
48	priority	n	/praɪ'ɒr.ə.ti/	sự ưu tiên
49	courtesy	n	/'kɜː.tə.sɪ/	sự lịch sự
50	elegance	n	/'el.ə.gəns/	sự thanh lịch

BẢNG CẤU TRÚC		
STT	Cấu trúc	Nghĩa
1	look for somebody/something	tìm ai/cái gì
2	result in something	dẫn đến cái gì
3	apply for something	ứng tuyển vị trí gì
4	look after somebody/something	chăm sóc ai/cái gì
5	allow somebody to do something	cho phép ai làm gì
6	put up something	xây dựng cái gì
7	take over something	đảm nhận cái gì
8	deal with somebody/something	đối phó với ai/cái gì
9	carry out something	tiến hành cái gì (nghiên cứu, khảo sát,...)
10	take part in something	tham gia cái gì
11	connect with somebody	kết nối với ai
12	take a step	hành động, thực hiện

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

### Join Our Eco-Volunteers Programme!

Are you passionate about making a difference in the environment? Our Eco-Volunteers Programme allows individuals (1) \_\_\_\_\_ to sustainable projects that protect nature and promote biodiversity.

Offering a wide (2) \_\_\_\_\_ of activities – from planting trees to educating communities – this programme has (3) \_\_\_\_\_ opportunities for you to explore and engage in environmental preservation.

Working alongside dedicated professionals, you'll gain hands-on experience (4) \_\_\_\_\_ real-world challenges, helping communities in need and learning valuable skills. Volunteers (5) \_\_\_\_\_ in this programme enjoy outdoor adventures, meeting like-minded individuals, and making a meaningful impact on the planet. By the end, you'll feel both accomplished and (6) \_\_\_\_\_, knowing you played a role in preserving the environment for future generations.

Sign up today and be part of a programme designed to make a difference.

- Question 1.**    A. to contributing    B. to contribute    C. contribute    D. contributing  
**Question 2.**    A. range    B. degree    C. volume    D. amount  
**Question 3.**    A. each    B. another    C. many    D. others  
**Question 4.**    A. putting up    B. taking over    C. dealing with    D. carrying out  
**Question 5.**    A. participated    B. to participate    C. participating    D. participate

**DỊCH BÀI:****Join Our Eco-Volunteers Programme!**

Are you passionate about making a difference in the environment? Our Eco-Volunteers Programme allows individuals to contribute to sustainable projects that protect nature and promote biodiversity. Offering a wide range of activities – from planting trees to educating communities – this programme has many opportunities for you to explore and engage in environmental preservation.

Working alongside dedicated professionals, you'll gain hands-on experience dealing with real-world challenges, helping communities in need and learning valuable skills. Volunteers participating in this programme enjoy outdoor adventures, meeting like-minded individuals, and making a meaningful impact on the planet. By the end, you'll feel both accomplished and refreshed, knowing you played a role in preserving the environment for future generations.

**Hãy tham gia chương trình tình nguyện viên sinh thái của chúng tôi!**

Bạn có đam mê tạo ra sự khác biệt cho môi trường không? Chương trình tình nguyện viên sinh thái của chúng tôi cho phép các cá nhân đóng góp vào những dự án bền vững bảo vệ thiên nhiên và thúc đẩy đa dạng sinh học. Cung cấp đa dạng các hoạt động – từ trồng cây đến giáo dục cộng đồng – chương trình này có nhiều cơ hội để bạn khám phá và tham gia gìn giữ môi trường.

Làm việc cùng những chuyên gia tận tụy, bạn sẽ có được kinh nghiệm thực tiễn trong việc đối phó với những thách thức thực tế, giúp các cộng đồng khó khăn và học những kỹ năng quý giá. Những tình nguyện viên tham gia chương trình này tận hưởng các chuyến phiêu lưu ngoài trời, gặp gỡ những người có cùng chí hướng, và tạo nên tác động ý nghĩa cho hành tinh. Đến cuối cùng, bạn sẽ cảm thấy vừa mãn nguyện vừa sảng khoái khi biết rằng mình đã đóng góp một phần vào việc bảo vệ môi trường cho các thế hệ tương lai.

**GIẢI CÂU 1:**

**Động từ nguyên mẫu có to:**

allow somebody to do something: cho phép ai làm gì

**Tạm dịch:**

Our Eco-Volunteers Programme allows individuals to contribute to sustainable projects that protect nature and promote biodiversity. (Chương trình tình nguyện viên sinh thái của chúng tôi cho phép các cá nhân đóng góp vào những dự án bền vững bảo vệ thiên nhiên và thúc đẩy đa dạng sinh học.)

→ **Chọn đáp án B**

**GIẢI CÂU 2:****Cụm từ chỉ số lượng:**

- a wide range of + danh từ số nhiều: đa dạng cái gì
- degree of + danh từ không đếm được: lượng, mức độ
- volume of + danh từ không đếm được: lượng
- amount of + danh từ không đếm được: lượng

**Tạm dịch:**

Offering a wide range of activities – from planting trees to educating communities... (Cung cấp đa dạng các hoạt động – từ trồng cây đến giáo dục cộng đồng...)

→ **Chọn đáp án A**

**GIẢI CÂU 3:**

- A.** each + N (số ít): mỗi
  - B.** another + N (số ít): một cái khác
  - C.** many + N (số nhiều): nhiều
  - D.** others: những cái khác
- ‘opportunities’ là danh từ số nhiều, nên ta dùng many.

**Tạm dịch:**

Offering a wide range of activities – from planting trees to educating communities – this programme has many opportunities for you to explore and engage in environmental preservation. (Cung cấp đa dạng các hoạt động – từ trồng cây đến giáo dục cộng đồng – chương trình này có nhiều cơ hội để bạn khám phá và tham gia gìn giữ môi trường.)

→ **Chọn đáp án C**

**GIẢI CÂU 4:****Kiến thức cụm động từ (Phrasal verbs):**

- put up something: xây dựng cái gì
- take over something: đảm nhận cái gì
- deal with somebody/something: đối phó với ai/cái gì
- carry out something: tiến hành cái gì (nghiên cứu, khảo sát,...)

**Tạm dịch:**

Working alongside dedicated professionals, you'll gain hands-on experience dealing with real-world challenges, helping communities in need and learning valuable skills. (Làm việc cùng những chuyên gia tận tụy, bạn sẽ đạt những kinh nghiệm thực tiễn trong việc đối phó với những thách thức thực tế, giúp các cộng đồng khó khăn và học những kỹ năng quý giá.)

→ **Chọn đáp án C**

**GIẢI CÂU 5:**

### Rút gọn mệnh đề quan hệ:

Mệnh đề quan hệ dạng chủ động rút gọn bằng cách lược bỏ đại từ quan hệ và to be (nếu có), chuyển V sang V-ing. (who/that participate → participating)

### Tạm dịch:

Volunteers participating in this programme enjoy outdoor adventures, meeting like-minded individuals, and making a meaningful impact on the planet. (Những tình nguyện viên tham gia chương trình này tận hưởng các chuyến phiêu lưu ngoài trời, gặp gỡ những người có cùng chí hướng, và tạo nên tác động ý nghĩa cho hành tinh.)

→ **Chọn đáp án C**

### GIẢI CÂU 6:

**A.** refreshingly (adv): một cách sảng khoái

**B.** refreshing (adj): có tính gây sảng khoái

**C.** refreshed (adj): sảng khoái

**D.** refresh (v): làm tươi mới

Ta cần dùng tính từ sau 'feel'. Để thể hiện cảm xúc, ta dùng refreshed.

### Tạm dịch:

By the end, you'll feel both accomplished and refreshed, knowing you played a role in preserving the environment for future generations. (Đến cuối cùng, bạn sẽ cảm thấy vừa mãn nguyện vừa sảng khoái khi biết rằng mình đã đóng góp một phần vào việc bảo vệ môi trường cho các thế hệ tương lai.)

→ **Chọn đáp án C**

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

### **ASEAN Young Leaders Conference 2024**

Join us for the ASEAN Young Leaders Conference 2024 – an inspiring event that brings together future leaders from across Southeast Asia. This year's theme, *Innovative Solutions for Sustainable Development*, will explore creative (7) \_\_\_\_\_ to tackle today's challenges.

Engage with passionate (8) \_\_\_\_\_ from diverse ASEAN countries, building a strong leadership network that strengthens regional partnerships and fosters shared growth. The conference offers a valuable platform (9) \_\_\_\_\_ critical topics like sustainability, economic development, and cultural exchange.

Held at the ASEAN Cultural Centre, the event includes interactive workshops, dynamic keynote speeches, and a (10) \_\_\_\_\_. Don't miss this chance to take part in a truly impactful journey, connecting

(11) \_\_\_\_\_ like-minded individuals and developing practical skills.

Mark your calendar – (12) \_\_\_\_\_ the first step toward a sustainable future in ASEAN!

**Question 7.**      **A.** journeys                      **B.** strategies                      **C.** routines                      **D.** lifestyles

**Question 8.**      **A.** representatives              **B.** dwellers                      **C.** inhabitants              **D.** peers

**Question 9.**      **A.** with regard to              **B.** regardless of              **C.** in contrast to              **D.** in place of

- Question 10.

A. transformative experience networking

C. experience transformative networking

B. networking transformative experience

D. transformative networking experience
- Question 11.

A. at

B. for

C. in

D. with
- Question 12.

A. make

B. lead

C. put

D. take

<div><div>DỊCH BÀI:</div><div><div>ASEAN Young Leaders Conference 2024</div><div>Join us for the ASEAN Young Leaders Conference 2024 – an inspiring event that brings together future leaders from across Southeast Asia. This year’s theme, <i>Innovative Solutions for Sustainable Development</i>, will explore creative strategies to tackle today’s challenges.</div><div>Engage with passionate representatives from diverse ASEAN countries, building a strong leadership network that strengthens regional partnerships and fosters shared growth. The conference offers a valuable platform with regard to critical topics like sustainability, economic development, and cultural exchange.</div></div></div>	<div><div>Hội nghị Lãnh đạo Trẻ ASEAN 2024</div><div>Hãy tham gia cùng chúng tôi trong Hội nghị Lãnh đạo Trẻ ASEAN 2024 - một sự kiện truyền cảm hứng mang những nhà lãnh đạo tương lai khắp Đông Nam Á lại gần nhau. Chủ đề năm nay, <i>Giải pháp đổi mới để phát triển bền vững</i>, sẽ khám phá ra những chiến lược sáng tạo để giải quyết những thách thức ngày nay.</div><div>Tham gia cùng những đại diện nhiệt huyết từ nhiều quốc gia ASEAN, xây dựng mạng lưới lãnh đạo mạnh mẽ nhằm tăng cường quan hệ đối tác khu vực và thúc đẩy tăng trưởng chung. Hội nghị cung cấp một nền tảng giá trị liên quan đến các chủ đề quan trọng như tính bền vững, phát triển kinh tế và trao đổi văn hóa.</div></div>
---	---

<p>Held at the ASEAN Cultural Centre, the event includes interactive workshops, dynamic keynote speeches, and a transformative networking experience. Don't miss this chance to take part in a truly impactful journey, connecting with like-minded individuals and developing practical skills.</p>	<p>Được tổ chức tại Trung tâm Văn hóa ASEAN, sự kiện bao gồm những hội thảo tương tác, các bài phát biểu quan trọng sôi nổi và trải nghiệm giao lưu mang tính chuyển đổi. Đừng bỏ lỡ cơ hội này để tham gia vào một hành trình thật sự mang tính tác động, kết nối với những cá nhân có cùng chí hướng và phát triển các kỹ năng thực tế.</p>
<p>Mark your calendar – take the first step toward a sustainable future in ASEAN!</p>	<p>Hãy đánh dấu lịch của bạn – thực hiện bước đầu tiên hướng đến một tương lai bền vững ở ASEAN!</p>

### **GIẢI CÂU 7:** GIA SỰ TẠI HUẾ (079.3833.272)

#### **Kiến thức từ vựng:**

- journey (n): hành trình
- strategy (n): chiến lược
- routine (n): lịch trình
- lifestyle (n): lối sống

#### **Tạm dịch:**

This year's theme, *Innovative Solutions for Sustainable Development*, will explore creative strategies to tackle today's challenges. (Chủ đề năm nay, *Giải pháp đổi mới để phát triển bền vững*, sẽ khám phá ra những chiến lược sáng tạo để giải quyết những thách thức ngày nay.)

→ **Chọn đáp án B**

### **GIẢI CÂU 8:**

#### **Kiến thức từ vựng:**

- representative (n): người đại diện
- dweller (n): công dân
- inhabitant (n): cư dân
- peer (n): bạn bè đồng trang lứa

#### **Tạm dịch:**

Engage with passionate representatives from diverse ASEAN countries, building a strong leadership network that strengthens regional partnerships and fosters shared growth. (Tham gia cùng những người đại diện nhiệt huyết từ nhiều quốc gia ASEAN, xây dựng mạng lưới lãnh đạo mạnh mẽ nhằm tăng cường quan hệ đối tác khu vực và thúc đẩy tăng trưởng chung.)

→ **Chọn đáp án A**

### **GIẢI CÂU 9:**



- A. liên quan đến
- B. bất kể
- C. trái ngược
- D. thay thế, thay vì

**Tạm dịch:**

The conference offers a valuable platform with regard to critical topics like sustainability, economic development, and cultural exchange. (Hội nghị cung cấp một nền tảng giá trị liên quan đến các chủ đề quan trọng như tính bền vững, phát triển kinh tế và trao đổi văn hóa.)

→ **Chọn đáp án A**

**GIẢI CÂU 10:**

**Kiến thức trật tự từ:**

- transformative (adj): mang tính chuyển đổi
- networking experience (np): trải nghiệm kết nối

Ta dùng tính từ trước cụm danh từ.

**Tạm dịch:**

Held at the ASEAN Cultural Centre, the event includes interactive workshops, dynamic keynote speeches, and a transformative networking experience. (Được tổ chức tại Trung tâm Văn hóa ASEAN, sự kiện bao gồm những hội thảo tương tác, các bài phát biểu quan trọng sôi nổi và trải nghiệm giao lưu mang tính chuyển đổi.)

→ **Chọn đáp án D**

**GIẢI CÂU 11:**

**Giới từ:**

connect with somebody: kết nối với ai

**Tạm dịch:**

Don't miss this chance to take part in a truly impactful journey, connecting with like-minded individuals and developing practical skills. (Đừng bỏ lỡ cơ hội này để tham gia vào một hành trình thật sự mang tính tác động, kết nối với những cá nhân có cùng chí hướng và phát triển các kỹ năng thực tế.)

→ **Chọn đáp án D**

**GIẢI CÂU 12:**

**Cụm từ (Collocations):**

take a step: hành động, thực hiện

**Tạm dịch:**

Mark your calendar – take the first step toward a sustainable future in ASEAN! (Hãy đánh dấu lịch của bạn – thực hiện bước đầu tiên hướng đến một tương lai bền vững ở ASEAN!)

→ **Chọn đáp án D**

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

**Question 13.**

Hi Sarah,

f. Spending time with the kids has been both challenging and incredibly rewarding, especially seeing

the impact even small activities can have.

**g.** I really appreciate your suggestion to volunteer at the local orphanage - it's been such a meaningful experience.

**h.** Maybe we could volunteer together sometime? Let me know what you think!

**i.** Your tips on engaging them with fun activities were a huge help! The kids loved them.

**j.** Although my schedule is tight, I've been able to visit once a week, and it's become something I really look forward to.

Write back soon.

Jamie

**A.** a - b - e - c - d      **B.** d - b - e - a - c      **C.** b - a - d - e - c      **D.** e - a - b - d - c



### DỊCH BÀI:

Hi Sarah,

I really appreciate your suggestion to volunteer at the local orphanage – it's been such a meaningful experience. Spending time with the kids has been both challenging and incredibly rewarding, especially seeing the impact even small activities can have. Your tips on engaging them with fun activities were a huge help! The kids loved them. Although my schedule is tight, I've been able to visit once a week, and it's become something I really look forward to. Maybe we could volunteer together sometime? Let me know what you think!

Write back soon.

Jamie

Chào Sarah,

Mình thật sự cảm ơn bạn vì đã gợi ý về việc tình nguyện tại trại mồ côi địa phương – đó là một trải nghiệm rất ý nghĩa. Dành thời gian với các em nhỏ vừa là một thử thách, vừa vô cùng bổ ích, đặc biệt là khi nhìn thấy những hoạt động nhỏ cũng có thể tạo ra tác động lớn. Những gợi ý của bạn về cách thu hút các em bằng những hoạt động vui nhộn thật sự rất hữu ích! Các em rất thích những trò chơi đó. Mặc dù lịch trình của mình khá bận rộn, nhưng mình vẫn cố gắng đến thăm các em mỗi tuần một lần, và đó là một điều mình luôn mong đợi. Biết đâu chúng ta có thể cùng tình nguyện với nhau vào một dịp nào đó? Hãy cho mình biết suy nghĩ của bạn nhé!

Mong sớm nhận được thư từ bạn.

Jamie

→ **Chọn đáp án C**

#### Question 14.

d. Quang: Hi, Peter! Yes, I am! I've heard it's going to be a lot of fun. Have you been on a field trip like this before?

e. Peter: Hi, Quang! Long time no see. Are you excited about the field trip?

f. Peter: Yes, I have. Last year, we went to a similar place, and it was amazing! I'm sure this one will be even better.

A. c – a – b   B. a – b – c   C. b – a – c   D. b – c – a

**DỊCH BÀI:**

Peter: Hi, Quang! Long time no see. Are you excited about the field trip?

Quang: Hi, Peter! Yes, I am! I've heard it's going to be a lot of fun. Have you been on a field trip like this before?

Peter: Yes, I have. Last year, we went to a similar place, and it was amazing! I'm sure this one will be even better.

Peter: Chào, Quang! Đã lâu không gặp. Bạn có háo hức về chuyến đi thực tế không?

Quang: Chào, Peter! Mình có! Mình nghe là nó sẽ rất vui. Bạn đã tham gia chuyến đi thực tế nào như thế trước đây chưa?

Peter: Rồi. Năm trước, chúng mình đã đến một nơi tương tự, và nó rất thú vị! Mình chắc chắn lần này sẽ vui hơn nhiều.

→ **Chọn đáp án C**

**Question 15.**

**f.** Martin: It's a fantastic way to meet people from various backgrounds, and it's super convenient!

**g.** Martin: I thought I'd try connecting with people on social media.

**h.** Kim: What's your plan for meeting new people?

**i.** Kim: I get it, but I still prefer meeting people in person - it feels more genuine to me.

**j.** Kim: What makes social media so appealing for that?

**A.** c - a - d - b - e    **B.** e - b - d - a - c    **C.** e - a - c - b - d    **D.** c - b - e - a - d

### DỊCH BÀI:

Kim: What's your plan for meeting new people?

Martin: I thought I'd try connecting with people on social media.

Kim: What makes social media so appealing for that?

Martin: It's a fantastic way to meet people from various backgrounds, and it's super convenient!

Kim: I get it, but I still prefer meeting people in person - it feels more genuine to me.

Kim: Kế hoạch gặp gỡ những người mới của bạn là gì?

Martin: Mình nghĩ mình sẽ thử kết nối với mọi người qua mạng xã hội.

Kim: Điều gì khiến mạng xã hội hấp dẫn đến vậy?

Martin: Nó là một cách tuyệt vời để gặp gỡ những người đến từ nhiều nền tảng khác nhau, và nó cực kỳ tiện lợi!

Kim: Mình hiểu rồi, nhưng mình vẫn thích gặp gỡ mọi người trực tiếp - nó có cảm giác chân thật hơn đối với mình.

→ **Chọn đáp án D**

#### Question 16.

- f.** However, despite these efforts, fake news persists, partly due to the ease with which content is shared online.
- g.** Trusted news sources are increasingly questioned, as sensationalism often overshadows accuracy to attract readers.
- h.** This rise in misinformation has prompted responses from tech companies, governments, and activists, all working to address the problem.

- i. Over the past few years, fake news has become a widespread issue.
- j. The shift toward sensationalism has fuelled the spread of fake news, leaving people uncertain about which sources to trust.
- A. d – b – e – c – a    B. d – c – a – b – e    C. d – a – c – b – e    D. d – e – b – a – c

### DỊCH BÀI:

Over the past few years, fake news has become a widespread issue. Trusted news sources are increasingly questioned, as sensationalism often overshadows accuracy to attract readers. The shift toward sensationalism has fuelled the spread of fake news, leaving people uncertain about which sources to trust. This rise in misinformation has prompted responses from tech companies, governments, and activists, all working to address the problem. However, despite these efforts, fake news persists, partly due to the ease with which content is shared online.

Trong vài năm qua, tin giả đã trở thành một vấn đề lan rộng. Các nguồn tin đáng tin cậy ngày càng bị nghi ngờ, vì chủ nghĩa giật gân thường che mờ tính chính xác để thu hút người đọc. Sự chuyển hướng sang chủ nghĩa giật gân đã thúc đẩy sự lan rộng của tin giả, khiến mọi người trở nên hoang mang về việc lựa chọn nguồn tin nào để tin tưởng. Sự gia tăng thông tin sai lệch này đã thúc đẩy các phản ứng từ các công ty công nghệ, chính phủ và các nhà hoạt động, tất cả đều đang nỗ lực giải quyết vấn đề. Tuy nhiên, bất chấp những nỗ lực này, tin giả vẫn tiếp tục tồn tại, một phần là do sự dễ dàng trong việc chia sẻ nội dung trực tuyến.

→ **Chọn đáp án A**

### Question 17.

- f. Engaging in these movements online connects me with a diverse community and fosters a sense of purpose.
- g. In conclusion, I find hashtag activism incredibly rewarding as it aligns with my passion for advocacy and digital outreach.
- h. Over the past year, I've actively participated in online campaigns, where I use targeted hashtags to raise awareness and rally support.
- i. While maintaining momentum and visibility can be challenging, the chance to influence positive change is worth the effort.
- j. My dedication to social issues and digital engagement naturally led me to explore the power of

hashtag activism.

A. a – c – d – e – b    B. c – e – a – d – b    C. e – c – a – d – b    D. d – a – c – e – b

**DỊCH BÀI:**

My dedication to social issues and digital engagement naturally led me to explore the power of hashtag activism. Over the past year, I've actively participated in online campaigns, where I use targeted hashtags to raise awareness and rally support. Engaging in these movements online connects me with a diverse community and fosters a sense of purpose. While maintaining momentum and visibility can be challenging, the chance to influence positive change is worth the effort. In conclusion, I find hashtag activism incredibly rewarding as it aligns with my passion for advocacy and digital outreach.

Niềm đam mê với các vấn đề xã hội và sự tham gia vào thế giới kỹ thuật số đã dẫn tôi đến việc khám phá sức mạnh của phong trào hashtag activism. Trong suốt năm qua, tôi đã tích cực tham gia các chiến dịch trực tuyến, sử dụng các hashtag mục tiêu để nâng cao nhận thức và kêu gọi sự ủng hộ. Tham gia vào các phong trào này trên mạng kết nối tôi với một cộng đồng đa dạng và tạo cho tôi một cảm giác có mục đích. Mặc dù duy trì động lực và sự hiện diện có thể là một thử thách, nhưng cơ hội để tạo ra sự thay đổi tích cực thực sự xứng đáng với nỗ lực đó. Tóm lại, tôi thấy hashtag activism vô cùng bổ ích vì nó phù hợp với đam mê của tôi dành cho công tác vận động và tiếp cận qua kỹ thuật số.

→ **Chọn đáp án C**

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

Vietnamese customs and traditions, deeply rooted in cultural history and values, (18) \_\_\_\_\_. One such example is the celebration of Tet, or the Lunar New Year, which marks the beginning of spring. Traditionally, families gather to pay respects to their ancestors and to welcome the new year with hopes of prosperity and happiness. During this time, people decorate their homes with kumquat trees and peach blossoms, symbols of luck and longevity.

Vietnam's rich cultural heritage includes a wide array of unique rituals and practices (19) \_\_\_\_\_. At festivals such as the Mid-Autumn Festival, children parade with lanterns, and families share mooncakes, expressing unity and joy. These traditions highlight the importance of family bonds and respect for older generations, core values of Vietnamese culture.

Vietnamese attire also reflects a deep cultural symbolism. The ao dai, a traditional long dress with



side slits, has become a national symbol and is worn on special occasions to show elegance and pride. In recent years, (20) \_\_\_\_\_.

Vietnam's cultural practices extend to communication and interaction. (21) \_\_\_\_\_. Visitors are often amazed by these small yet meaningful gestures, which showcase the courtesy ingrained in Vietnamese society. The preservation of Vietnamese customs and traditions remains a priority in modern society. Passed down through generations, (22) \_\_\_\_\_.

**Question 18.**

- A. having played a vital part in defining the lives of its people
- B. which have had a major impact on the lives of its people
- C. play a significant role in shaping the lives of its people
- D. that have greatly contributed to the development of its people's lives

**Cấu trúc câu:**

Vietnamese customs and traditions = chủ ngữ chính

deeply rooted in cultural history and values = mệnh đề quan hệ rút gọn

→ Câu thiếu vị ngữ chính

**Tạm dịch:**

Vietnamese customs and traditions, deeply rooted in cultural history and values, play a significant role in shaping the lives of its people. (Các phong tục và truyền thống Việt Nam, ăn sâu vào lịch sử và giá trị văn hóa, đóng vai trò quan trọng trong việc định hình cuộc sống của mọi người.)

→ **Chọn đáp án C**

**Question 19.**

- E. had origins tracing back to centuries-old beliefs and philosophies
- F. is rooted in beliefs and philosophies that date back centuries
- G. whose origins stem from centuries-old beliefs and philosophies
- H. of which close ties with beliefs and philosophies dating back centuries

**Mệnh đề quan hệ:**

Ta thấy câu đã có chủ ngữ 'Vietnam's rich cultural heritage' và động từ chính 'includes', nên chỗ cần điền không thể điền thêm động từ chia theo thì. Do vậy, A và B sai.

D sai vì mệnh đề quan hệ luôn phải có đầy đủ chủ ngữ và động từ. D thiếu động từ.

**Tạm dịch:**

Vietnam's rich cultural heritage includes a wide array of unique rituals and practices whose origins stem from centuries-old beliefs and philosophies. (Di sản văn hóa phong phú của Việt Nam bao gồm một loạt các nghi thức và tập tục độc đáo, có nguồn gốc từ những niềm tin và triết lý hàng thế kỷ.)

→ **Chọn đáp án C**

### Question 20.

- E.** the evolutionary style of the ao dai has made the younger generation popularise it
- F.** evolving the ao dai in style, they have made it popular among the younger generation
- G.** the style of the ao dai gained in popularity in evolving the younger generation
- H.** the ao dai has evolved in style, making it popular among the younger generation

- A.** phong cách tiến hóa của áo dài khiến thế hệ trẻ phổ biến hóa nó → Không phù hợp về nghĩa
- B.** cải tiến phong cách áo dài, họ đã khiến nó phổ biến với thế hệ trẻ → Sai vì không rõ 'they' (họ) là ai
- C.** phong cách áo dài ngày càng được ưa chuộng trong sự tiến hoá thế hệ trẻ → Không phù hợp về nghĩa
- D.** áo dài đã tiến hóa về phong cách, khiến nó phổ biến với thế hệ trẻ

#### Tạm dịch:

In recent years, the ao dai has evolved in style, making it popular among the younger generation. (Trong những năm gần đây, áo dài đã phát triển về kiểu dáng, khiến nó trở nên phổ biến trong thế hệ trẻ.)

→ **Chọn đáp án D**

### Question 21.

- E.** Bowing and using respectful terms show Vietnamese respect and humility
- F.** Wanting to show Vietnamese respect and humility, bowing and respectful terms are used
- G.** Vietnamese respect and humility shows how to bow and use respectful terms
- H.** Using respectful terms when bowing shows respect and humility for the Vietnamese

- A.** Cúi chào và sử dụng những từ ngữ tôn trọng thể hiện sự tôn trọng và khiêm nhường của người Việt
- B.** Mong muốn mục đích thể hiện sự tôn trọng và khiêm nhường của người Việt, cúi chào và các từ ngữ tôn trọng được sử dụng → Sai vì việc 'cúi chào và các từ ngữ tôn trọng' không thể mong muốn (want)
- C.** Sự tôn trọng và khiêm nhường của người Việt thể hiện cách cúi chào và sử dụng các từ ngữ tôn trọng → Sai nghĩa
- D.** Sử dụng các từ ngữ tôn trọng khi cúi chào thể hiện sự tôn trọng và khiêm nhường đối với người Việt Nam → Sai nghĩa (không phải đối với người Việt)

#### Tạm dịch:

Bowing and using respectful terms show Vietnamese respect and humility. (Cúi chào và sử dụng những từ ngữ tôn trọng thể hiện sự tôn trọng và khiêm nhường của người Việt.)

→ **Chọn đáp án A**

### Question 22.

- E.** Vietnamese identity is the key to these customs
- F.** they make these customs vital to Vietnamese identity
- G.** the value of these customs to Vietnamese identity is less clear
- H.** these customs are integral to Vietnamese identity

GIASU' TẠI HUẾ (079.3833.272)

Ta thấy về trước dùng mệnh đề quá khứ phân từ (passed down) dạng bị động. Ta xét từng đáp án.

A – chủ ngữ chung là ‘bản sắc Việt Nam’ có thể ghép với ‘passed down’ phía trước, nhưng cả câu không phù hợp về nghĩa.

B – chủ ngữ chung là ‘they’ không thể ghép với ‘passed down’ phía trước.

C – chủ ngữ chung là ‘giá trị của các phong tục’ có thể ghép với ‘passed down’ phía trước, nhưng cả câu không phù hợp về nghĩa.

D – chủ ngữ chung là ‘các phong tục này’, phù hợp khi ghép với ‘passed down’.

**Tạm dịch:**

Passed down through generations, these customs are integral to Vietnamese identity. (Được truyền qua nhiều thế hệ, những phong tục này là một phần không thể thiếu trong bản sắc Việt Nam.)

→ **Chọn đáp án D**



### DỊCH BÀI:

Vietnamese customs and traditions, deeply rooted in cultural history and values, play a significant role in shaping the lives of its people. One such example is the celebration of Tet, or the Lunar New Year, which marks the beginning of spring. Traditionally, families gather to pay respects to their ancestors and to welcome the new year with hopes of prosperity and happiness. During this time, people decorate their homes with kumquat trees and peach blossoms, symbols of luck and longevity.

Vietnam's rich cultural heritage includes a wide array of unique rituals and practices whose origins stem from centuries-old beliefs and philosophies. At festivals such as the Mid-Autumn Festival, children parade with lanterns, and families share mooncakes, expressing unity and joy. These traditions highlight the importance of family bonds and respect for older generations, core values of Vietnamese culture.

Các phong tục và truyền thống Việt Nam, ăn sâu vào lịch sử và giá trị văn hóa, đóng vai trò quan trọng trong việc định hình cuộc sống của mọi người. Một ví dụ điển hình là lễ Tết, hay còn gọi là Tết Nguyên Đán, đánh dấu sự khởi đầu của mùa xuân. Theo truyền thống, các gia đình tụ họp để tưởng nhớ tổ tiên và chào đón năm mới với niềm hy vọng về sự thịnh vượng và hạnh phúc. Vào dịp này, mọi người trang trí nhà cửa bằng cây quất và hoa đào, những biểu tượng của may mắn và trường thọ.

Di sản văn hóa phong phú của Việt Nam bao gồm một loạt các nghi thức và tập tục độc đáo, có nguồn gốc từ những niềm tin và triết lý hàng thế kỷ. Vào các dịp lễ hội như Tết Trung Thu, trẻ em diễu hành với đèn lồng, gia đình cùng nhau chia sẻ bánh nướng, thể hiện sự đoàn kết và niềm vui. Những truyền thống này nhấn mạnh giá trị quan trọng của tình cảm gia đình và lòng tôn kính đối với các thế hệ đi trước, những giá trị cốt lõi trong văn hóa Việt Nam.

Vietnamese attire also reflects a deep cultural symbolism. The ao dai, a traditional long dress with side slits, has become a national symbol and is worn on special occasions to show elegance and pride. In recent years, the ao dai has evolved in style, making it popular among the younger generation.

Vietnam's cultural practices extend to communication and interaction. Bowing and using respectful terms show Vietnamese respect and humility. Visitors are often amazed by these small yet meaningful gestures, which showcase the courtesy ingrained in Vietnamese society. The preservation of Vietnamese customs and traditions remains a priority in modern society. Passed down through generations, these customs are integral to Vietnamese identity.

Trang phục truyền thống của người Việt cũng mang nhiều ý nghĩa văn hóa sâu sắc. Áo dài, chiếc áo dài truyền thống với đường xẻ hai bên, đã trở thành biểu tượng quốc gia và thường được mặc trong những dịp đặc biệt để thể hiện sự duyên dáng và niềm tự hào. Trong những năm gần đây, áo dài đã phát triển về kiểu dáng, khiến nó trở nên phổ biến trong thế hệ trẻ.

Các tập tục văn hóa Việt trải dài đến giao tiếp và tương tác. Cúi chào và sử dụng những từ ngữ tôn trọng thể hiện sự tôn trọng và khiêm nhường của người Việt. Du khách thường rất ngạc nhiên trước những cử chỉ nhỏ nhưng đầy ý nghĩa này, chúng thể hiện sự lịch sự đã ăn sâu vào đời sống xã hội Việt Nam. Việc bảo tồn phong tục và truyền thống của người Việt vẫn là một ưu tiên trong xã hội hiện đại. Được truyền qua nhiều thế hệ, những phong tục này là một phần không thể thiếu trong bản sắc Việt Nam.

*Read the following passage about a male nursery school teacher and mark the letter A, B, C, or D on your answer sheet to indicate the correct answer to each of the questions from 23 to 30.*

ToddlerWorld Nursery was delighted to employ a trainee - twenty-two-year-old Jonathan Brown - as their first male nursery school teacher. He was also the only man who applied for the job, but, insists Margery Bowman, head teacher of ToddlerWorld, by far the best applicant. **'Both boys and girls will benefit from the experience of having a male role model in the nursery,'** says mother of two, Marjory.

Jonathan has always been interested in childcare. His own mother is a childminder and his father is a teacher. 'I've always helped Mum with looking after all the children,' he says. 'I'm used to changing nappies, feeding babies, reading stories and playing with Lego.'

But Jonathan is a **rare** male in a female world. Only 2% of nursery teachers are men and this hasn't changed for ten years. Roger Olsen of the National Nursery Trust said, 'Men are often viewed with anxiety and **suspicion** in a children's environment. Or they are expected to do things the way women would do them. But men bring different things into childcare and this has to be recognised.' Jonathan agrees. He is a qualified under-7s football coach, and plans to introduce football lessons to the nursery for boys and girls.

What do Jonathan's friends think of his choice of career? 'Actually, most of them are pretty cool about it now,' he says, though **they** do make jokes about nappies. 'And I've found that girls are actually quite impressed - so that's good!'

(Adapted from *Solutions 2nd Edition*)

**Question 23.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 1?

- E.** Having a male teacher in the nursery will allow both boys and girls to develop important skills equally.
- F.** Boys and girls can learn valuable things from interacting with a male figure in the nursery.
- G.** The nursery benefits from employing a man because he is a great role model for everyone.
- H.** Both boys and girls will learn specific skills from observing how a man teaches in the nursery.

Câu nào sau đây diễn giải đúng nhất câu được gạch chân trong đoạn 1?

- A.** Việc có giáo viên nam trong trường mẫu giáo sẽ cho phép cả các cậu bé và cô bé **phát triển các kỹ năng quan trọng** một cách đồng đều.
- B.** Cả các cậu bé và cô bé đều có thể học những điều giá trị từ việc tương tác với một nhân vật nam trong trường mẫu giáo.
- C.** Trường mẫu giáo **hưởng lợi** từ việc thuê một người đàn ông vì anh ấy là một hình mẫu tuyệt vời cho mọi người.
- D.** Cả các cậu bé và cô bé đều sẽ học **các kỹ năng cụ thể** từ việc **quan sát** cách một người đàn ông dạy trong trường mẫu giáo.

**Thông tin:**

Both boys and girls will benefit from the experience of having a male role model in the nursery. (Cả các cậu bé và cô bé đều sẽ hưởng lợi từ trải nghiệm có một hình mẫu nam giới trong trường mầm non.)

→ **Chọn đáp án B**

**Question 24.** Which of the following is NOT mentioned as an activity that Jonathan Brown is familiar with?

- A.** feeding babies      **B.** inventing tales      **C.** changing nappies      **D.** playing with Lego

Đâu sau đây không được nhắc đến như là một hoạt động mà Jonathan Brown quen thuộc?

- A. cho em bé ăn
- B. sáng tác truyện
- C. thay tã
- D. chơi Lego

**Thông tin:**

'I'm used to **changing nappies**, **feeding babies**, reading stories and **playing with Lego**.' ("Tôi đã quen với việc thay bỉm, cho em bé ăn, đọc truyện và chơi Lego.")

→ **Chọn đáp án B**

**Question 25.** The word **rare** in paragraph 3 could be best replaced by \_\_\_\_\_.

- A. helpful
- B. unusual
- C. encouraging
- D. common

Từ "rare" trong đoạn 3 đồng nghĩa với từ \_\_\_\_\_.

- A. helpful (adj): giúp ích
  - B. unusual (adj): không thường thấy
  - C. encouraging (adj): có tính động viên
  - D. common (adj): phổ biến
- rare (adj): hiếm = unusual

→ **Chọn đáp án B**

**Question 26.** The word **suspicion** in paragraph 3 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. approval
- B. trust
- C. attention
- D. interest

Từ "suspicion" trong đoạn 3 trái nghĩa với từ \_\_\_\_\_.

- A. approval (n): sự chấp thuận
  - B. trust (n): sự tin tưởng
  - C. attention (n): sự chú ý, sự quan tâm
  - D. interest (n): sự hứng thú
- suspicion (n): sự nghi ngờ >< trust

→ **Chọn đáp án B**

**Question 27.** The word **they** in paragraph 4 refers to \_\_\_\_\_.

- A. Jonathan's friends
- B. girls
- C. children
- D. parents

Từ "they" trong đoạn 4 đề cập đến \_\_\_\_\_.

- A. những người bạn của Jonathan
- B. những bé gái
- C. những trẻ em
- D. những người bố mẹ

**Thông tin:**

What do **Jonathan's friends** think of his choice of career? Actually, most of them are pretty cool about it now,' he says, though **they** do make jokes about nappies. (Bạn bè của Jonathan nghĩ gì về lựa chọn nghề nghiệp của anh? Thật ra, đa số họ bây giờ đều khá thoáng về điều đó, mặc dù họ vẫn trêu đùa về việc thay tã.)

→ **Chọn đáp án A**

**Question 28.** Which of the following is TRUE according to the passage?

- E. Jonathan was the first person to apply for the teaching position at the nursery.
- F. Jonathan plans to introduce football lessons at the nursery for all children.
- G. Margery Bowman was initially against hiring Jonathan as a nursery teacher.

**H. Jonathan's parents inspire him to pursue a teaching career at the nursery.**

Điều nào sau đây là đúng theo đoạn văn?

- A.** Jonathan là người đầu tiên ứng tuyển một công việc giảng dạy ở một trường mầm non.
- B.** Jonathan lên kế hoạch đưa các bài học đá bóng vào trường mầm non cho tất cả trẻ em.
- C.** Ban đầu Margery Bowman đã phản đối việc tuyển Jonathan làm giáo viên mầm non.
- D.** Bố mẹ của Jonathan truyền cảm hứng cho anh ấy theo đuổi sự nghiệp giảng dạy ở trường mầm non.

**Thông tin:**

+ He was also **the only man who applied for the job**, but, **insists Margery Bowman**, head teacher of ToddlerWorld, **by far the best applicant**. (Anh ấy cũng là người đàn ông duy nhất ứng tuyển công việc, nhưng, là ứng viên tốt nhất, theo Margery Bowman – hiệu trưởng của ToddlerWorld.)

→ A, C sai

+ Jonathan has always been interested in childcare. **His own mother is a childminder and his father is a teacher**. (Jonathan đã luôn hứng thú với việc chăm sóc trẻ em. Mẹ của anh là một người giữ trẻ và bố của anh là một giáo viên.)

→ D không được đề cập

+ He is a qualified under-7s football coach, and **plans to introduce football lessons to the nursery for boys and girls**. (Anh là một huấn luyện viên bóng đá đủ trình độ cho trẻ dưới 7 tuổi, và lên kế hoạch đưa các tiết học bóng đá vào trường mầm non cho các cô cậu bé.)

→ B đúng

→ **Chọn đáp án B**

**Question 29.** In which paragraph does the writer mention Jonathan's personal background in childcare?

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

Tác giả nhắc đến nền tảng cá nhân trong việc chăm sóc trẻ em của Jonathan trong đoạn nào?

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

**Thông tin:**

'I've always helped Mum with **looking after all the children**,' he says. **I'm used to changing nappies, feeding babies, reading stories and playing with Lego**.' ("Tôi đã luôn giúp mẹ trông tất cả những đứa trẻ.", anh nói. "Tôi đã quen với việc thay bỉm, cho em bé ăn, đọc truyện và chơi Lego.")

→ **Chọn đáp án B**

**Question 30.** In which paragraph does the writer describe prejudices faced by male nursery teachers?

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

Người viết mô tả những định kiến mà các giáo viên mầm non nam phải đối mặt trong đoạn nào?

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

**Thông tin:**

Roger Olsen of the National Nursery Trust said, **'Men are often viewed with anxiety and suspicion in a children's environment. Or they are expected to do things the way women would do them**. (Roger Olsen từ Quỹ Mầm non Quốc gia đã nói, "Nam giới thường bị nhìn với ánh mắt lo lắng và nghi ngại trong môi trường trẻ em. Hoặc họ được kỳ vọng sẽ làm mọi việc theo cách mà phụ nữ sẽ làm.)

→ **Chọn đáp án C**

### **DỊCH BÀI:**

ToddlerWorld Nursery was delighted to employ a trainee - twenty-two-year-old Jonathan Brown - as their first male nursery school teacher. He was also the only man who applied for the job, but, insists Margery Bowman, head teacher of ToddlerWorld, by far the best applicant. 'Both boys and girls will benefit from the experience of having a male role model in the nursery,' says mother of two, Marjory.

Jonathan has always been interested in childcare. His own mother is a childminder and his father is a teacher. 'I've always helped Mum with looking after all the children,' he says. 'I'm used to changing nappies, feeding babies, reading stories and playing with Lego.'

Trường mầm non ToddlerWorld vui mừng tuyển một người đào tạo - Jonathan Brown 22 tuổi - làm giáo viên mầm non nam đầu tiên của họ. Anh ấy cũng là người đàn ông duy nhất ứng tuyển công việc, nhưng, là ứng viên tốt nhất, theo Margery Bowman - hiệu trưởng của ToddlerWorld. "Cả các cậu bé và cô bé đều sẽ hưởng lợi từ trải nghiệm có một hình mẫu nam giới trong trường mầm non.", mẹ của hai bé, Marjory nói.

Jonathan đã luôn hứng thú với việc chăm sóc trẻ em. Mẹ của anh là một người giữ trẻ và bố của anh là một giáo viên. "Tôi đã luôn giúp mẹ trông tất cả những đứa trẻ.", anh nói. "Tôi đã quen với việc thay bỉm, cho em bé ăn, đọc truyện và chơi Lego."



But Jonathan is a rare male in a female world. Only 2% of nursery teachers are men and this hasn't changed for ten years. Roger Olsen of the National Nursery Trust said, 'Men are often viewed with anxiety and suspicion in a children's environment. Or they are expected to do things the way women would do them. But men bring different things into childcare and this has to be recognised.' Jonathan agrees. He is a qualified under-7s football coach, and plans to introduce football lessons to the nursery for boys and girls.

What do Jonathan's friends think of his choice of career? Actually, most of them are pretty cool about it now,' he says, though they do make jokes about nappies. And I've found that girls are actually quite impressed - so that's good!

Nhưng Jonathan là một người đàn ông hiếm hoi trong thế giới nữ giới. Chỉ 2% giáo viên mầm non là nam và điều này đã không thay đổi được 10 năm. Roger Olsen từ Quỹ Mầm non Quốc gia đã nói, “Nam giới thường bị nhìn với ánh mắt lo lắng và nghi ngại trong môi trường trẻ em. Hoặc họ được kỳ vọng sẽ làm mọi việc theo cách mà phụ nữ sẽ làm. Nhưng nam giới mang đến những điều khác cho sự chăm sóc trẻ em và điều này phải được công nhận.”, Jonathan đồng tình. Anh là một huấn luyện viên bóng đá đủ trình độ cho trẻ dưới 7 tuổi , và lên kế hoạch đưa các tiết học bóng đá vào trường mầm non cho các cô cậu bé.

Bạn bè của Jonathan nghĩ gì về lựa chọn nghề nghiệp của anh? Thật ra, đa số họ bây giờ đều khá thoáng về điều đó, mặc dù họ vẫn trêu đùa về việc thay tã. Và tôi nhận ra rằng các cô gái thật sự khá ấn tượng với công việc của tôi- vì thế điều đó thật tuyệt!”, anh nói.

***Read the following passage about ugly fruits and vegetables and mark the letter A, B, C, or D on your answer sheet to indicate the correct answer to each of the questions from 31 to 40.***

When buying fresh fruit and vegetables, would you select a very curly cucumber, a carrot with two 'legs', or a potato with three heads? For many people, the answer is 'no' - they look for perfect produce when they go to the supermarket.

Not anymore! In France, a large supermarket chain, Intermarché, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves. And British TV chef Jamie Oliver has followed **their** lead, together with a large UK supermarket. Both the French and British supermarkets are selling their funny-shaped fruit and veg at a huge discount as an incentive for shoppers to opt for the less attractive versions.

Over the years, supermarkets have trained their customers to expect perfect fruit and veg, with

many customers **discarding** produce that isn't 'perfect'. And until recently, there were numerous, very strict rules for supermarkets about the size and shape of fresh produce. **Fortunately, there are now fewer rules, but customers need encouragement to change their shopping habits.**

There is a good reason for this change in attitude. The rejection of **misshapen** produce results in a huge amount of waste: around 20-40% of food is thrown away before it even reaches the shops. Yet at the same time, we know that world food shortages are soon going to be a real and serious problem.

[I] Fortunately, it looks like these brave, but common-sense supermarket campaigns are working. It seems that these campaigns are going to be profitable, as well as environmentally friendly. [II] Other supermarkets have already experimented with the same idea, both within and outside Europe. [III] After all, it's the taste that counts. [IV]

(Adapted from *Gateway*)

**Question 31.** According to paragraph 1, when going shopping, people tend to \_\_\_\_\_.

- A. choose ugly produce that is cheaper      B. buy fresh and expensive fruits  
C. opt for perfect fruit and vegetables      D. look for bargain prices

Theo đoạn 1, khi đi mua sắm, mọi người có xu hướng \_\_\_\_\_.

- A. lựa chọn những sản phẩm xấu xí có giá rẻ hơn  
B. mua những trái cây tươi và đắt tiền  
C. lựa chọn trái cây và rau củ hoàn hảo  
D. tìm kiếm giá hời

**Thông tin:**

When buying fresh fruit and vegetables, would you select a very curly cucumber, a carrot with two 'legs', or a potato with three heads? For many people, the answer is 'no' – **they look for perfect produce when they go to the supermarket.** (Khi chọn mua hoa quả và rau củ tươi, bạn có chọn một trái dưa chuột cong queo, một củ cà rốt có hai “chân”, hay một củ khoai tây có ba đầu không? Đối với nhiều người, câu trả lời là “không” – họ thường tìm kiếm những sản phẩm hoàn hảo khi đi đến siêu thị.)

→ **Chọn đáp án C**

**Question 32.** The word **their** in paragraph 2 refers to \_\_\_\_\_.

- A. shelves      B. versions      C. shoppers      D. Intermarché

Từ “their” trong đoạn 2 đề cập đến \_\_\_\_\_.

- A. các kệ hàng  
B. các phiên bản  
C. những người mua  
D. Intermarché

**Thông tin:**

In France, a large supermarket chain, **Intermarché**, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves. And British TV chef Jamie Oliver has followed **their** lead, together with a large UK supermarket. (Tại Pháp, chuỗi siêu thị lớn, Intermarché, đã khởi đầu một chiến dịch tiếp thị để đưa những loại hoa quả và rau củ “xấu xí” trở lại kệ hàng. Đầu bếp truyền hình người Anh nổi tiếng Jamie Oliver đã noi theo và hợp tác với một siêu thị lớn tại Vương quốc Anh.)

→ **Chọn đáp án D**



**Question 33.** Which of the following best summarises paragraph 2?

- A. Intermarché and a UK supermarket are encouraging people to buy imperfect produce by offering it at a discount.
- B. Supermarkets in France and the UK are only selling funny-shaped fruits and vegetables to reduce food waste.
- C. Jamie Oliver and UK supermarkets are now working together to improve the quality of produce sold.
- D. Intermarché started a campaign to sell all unattractive produce at a normal price, inspiring others to do the same.

Câu nào sau đây tóm tắt đúng nhất đoạn 2?

- A. Intermarché và một siêu thị ở Anh đang khuyến khích mọi người mua các sản phẩm không hoàn hảo bằng cách cung cấp nó với mức giảm giá.
- B. Các siêu thị ở Pháp và Anh chỉ bán những trái cây và rau củ có hình thù vui nhộn để giảm lãng phí thực phẩm.
- C. Jamie Oliver và các siêu thị Anh hiện đang làm việc cùng nhau để cải thiện chất lượng của sản phẩm được bán.
- D. Intermarché đã bắt đầu một chiến dịch để bán tất cả sản phẩm kém hấp dẫn với mức giá bình thường, truyền cảm hứng cho những nơi khác làm điều tương tự.

**Thông tin:**

Not anymore! In France, a large supermarket chain, Intermarché, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves. And British TV chef Jamie Oliver has followed their lead, together with a large UK supermarket. Both the French and British **supermarkets are selling their funny-shaped fruit and veg at a huge discount as an incentive for shoppers to opt for the less attractive versions.** (Tuy nhiên, tình hình đã thay đổi! Tại Pháp, chuỗi siêu thị lớn, Intermarché, đã khởi đầu một chiến dịch tiếp thị để đưa những loại hoa quả và rau củ “xấu xí” trở lại kệ hàng. Đầu bếp truyền hình người Anh nổi tiếng Jamie Oliver đã noi theo và hợp tác với một siêu thị lớn tại Vương quốc Anh. Cả hai chuỗi siêu thị Pháp và Anh đều bán những loại hoa quả và rau củ có hình thù vui nhộn với giá ưu đãi lớn, như một cách kích thích cho người mua hàng lựa chọn những phiên bản ít hấp dẫn hơn.)

→ **Chọn đáp án A**

**Question 34.** The word **discarding** in paragraph 3 is closest in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. demanding                      B. rejecting                      C. accepting                      D. purchasing

Từ “discarding” trong đoạn 2 đồng nghĩa với từ \_\_\_\_\_.

- A. đòi hỏi
- B. từ chối
- C. chấp nhận
- D. mua

discard (v): vứt bỏ = reject

→ **Chọn đáp án B**

**Question 35.** Which of the following best paraphrases the underlined sentence in paragraph 3?

- A. Rules have become less stricter, so customers require more support in changing how they shop.
- B. Fortunately, few rules are now in place, which encourages customers to alter their shopping habits.
- C. Thankfully, rules have been relaxed, but customers still need motivation to adjust their shopping practices.
- D. Thankfully, customers now shop differently because of the recent reduction in rules.

Câu nào sau đây diễn giải lại câu được gạch chân ở đoạn 3 một cách đúng nhất?

- A. Các quy định đã trở nên ít nghiêm ngặt hơn, vì thế khách hàng đòi hỏi nhiều hỗ trợ hơn trong việc thay đổi cách mà họ mua sắm.
- B. May mắn thay, rất ít quy định hiện đang được áp dụng, khuyến khích khách hàng thay đổi thói quen mua sắm của mình.
- C. Rất may, các quy định đã được nới lỏng, nhưng khách hàng vẫn cần có động lực để điều chỉnh thói quen mua sắm của mình.
- D. Rất may, khách hàng hiện mua sắm một cách khác vì sự nới lỏng các quy định gần đây.

**Thông tin:**

Fortunately, there are now fewer rules, but customers need encouragement to change their shopping habits. (May mắn thay, hiện nay có ít quy định hơn, nhưng khách hàng cần được khuyến khích thay đổi thói quen mua sắm của họ.)

→ **Chọn đáp án C**

**Question 36.** The word misshapen in paragraph 4 is OPPOSITE in meaning to \_\_\_\_\_.

- A. expensive                      B. normal                      C. affordable                      D. complimentary

Từ “misshapen” trong đoạn 3 trái nghĩa với từ \_\_\_\_\_.

- A. expensive (adj): đắt tiền
  - B. normal (adj): bình thường
  - C. affordable (adj): có giá phải chăng
  - D. complimentary (adj): miễn phí
- misshapen (adj): biến dạng >< normal

→ **Chọn đáp án B**

**Question 37.** Where in paragraph 5 does the following sentence best fit?

**So, next time, when you go shopping, think before you buy.**

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

Câu sau đây phù hợp nhất ở vị trí nào trong đoạn 4?

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

**Thông tin:**

Other supermarkets have already experimented with the same idea, both within and outside Europe.

**So, next time, when you go shopping, think before you buy.** After all, it's the taste that counts. (Các siêu thị khác đã thử nghiệm với cùng một ý tưởng, cả trong và ngoài Châu Âu. Vì vậy, lần tới, khi bạn đi mua sắm, hãy suy nghĩ trước khi quyết định. Cuối cùng, chính hương vị mới là thứ quan trọng nhất.)

Ta thấy câu cần điền phù hợp nhất ở vị trí số 3, vì câu phía sau tiếp tục lời khuyên và sử dụng ‘After all’ (sau tất cả).

→ **Chọn đáp án C**

**Question 38.** Which of the following is NOT true according to the passage?

- A. Regulations for supermarkets about the size and shape of produce have been eased.
- B. The French and British supermarkets are selling ugly produce at a cheaper price.
- C. Intermarché has launched a campaign to encourage shoppers to buy ugly produce.
- D. Around 20-40% of fresh produce is thrown away after it is sold at supermarkets.

Điều nào sau đây là đúng theo đoạn văn?

- A. Những quy định cho siêu thị về kích thước và hình dạng của sản phẩm đã được nới lỏng.
- B. Các siêu thị Pháp và Anh đang bán các sản phẩm xấu xí với giá rẻ hơn.
- C. Intermarché đã khởi xướng một chiến dịch nhằm khuyến khích người mua mua các sản phẩm xấu xí.
- D. Khoảng 20–40% sản phẩm tươi bị vứt bỏ sau khi được bán cho các siêu thị.

**Thông tin:**

+ And until recently, there were numerous, very strict rules for supermarkets about the size and shape of fresh produce. Fortunately, **there are now fewer rules**, but customers need encouragement to change their shopping habits. (Và cho đến gần đây, đã có vô số quy định rất nghiêm ngặt đối với siêu thị về kích thước và hình dạng của sản phẩm tươi. May mắn thay, hiện nay có ít quy định hơn, nhưng khách hàng cần được khuyến khích thay đổi thói quen mua sắm của họ.)

→ A đúng

+ **Both the French and British supermarkets are selling their funny-shaped fruit and veg at a huge discount** as an incentive for shoppers to opt for the less attractive versions. (Cả hai chuỗi siêu thị Pháp và Anh đều bán những loại hoa quả và rau củ có hình thù vui nhộn với giá ưu đãi lớn, như một cách kích thích cho người mua hàng lựa chọn những phiên bản ít hấp dẫn hơn.)

→ B đúng

+ In France, a large supermarket chain, **Intermarché, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves**. (Tại Pháp, chuỗi siêu thị lớn, Intermarché, đã khởi đầu một chiến dịch tiếp thị để đưa những loại hoa quả và rau củ “xấu xí” trở lại kệ hàng.)

→ C đúng

+ The rejection of misshapen produce results in a huge amount of waste: **around 20–40% of food is thrown away before it even reaches the shops**. (Việc từ chối sản phẩm không đều hình dạng dẫn đến lượng lớn lãng phí: khoảng 20–40% thực phẩm bị vứt bỏ trước khi nó đến cửa hàng.)

→ D sai

→ **Chọn đáp án D**

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

- A. The supermarket campaigns for ugly produce haven't been popular in other nations.
- B. Eliminating food waste can be helpful in solving global food shortages.
- C. The supermarket campaigns benefit the environment but are not quite profitable.
- D. Promoting the sale of imperfect produce helps shoppers reconsider what is important.

Điều nào có thể suy ra từ đoạn văn?

- A. Các chiến dịch siêu thị về những sản phẩm xấu xí không phổ biến ở các nước khác.
- B. Việc loại bỏ lãng phí thực phẩm có thể giúp ích cho việc giải quyết tình trạng thiếu hụt lương thực toàn cầu.
- C. Các chiến dịch siêu thị có lợi cho môi trường nhưng không quá sinh lời.
- D. Việc thúc đẩy doanh số của những sản phẩm không hoàn hảo giúp người mua cân nhắc lại xem yếu tố gì là quan trọng.

**Thông tin:**

+ There is a good reason for this change in attitude. The rejection of misshapen produce results in a huge amount of waste: **around 20–40% of food is thrown away** before it even reaches the shops. **Yet at the same time, we know that world food shortages** are soon going to be a real and serious problem.

(Lý do cho sự thay đổi này là rất đáng khen ngợi. Việc từ chối sản phẩm không đều hình dạng dẫn đến lượng lớn lãng phí: khoảng 20–40% thực phẩm bị vứt bỏ trước khi nó đến cửa hàng. Tuy nhiên, cùng lúc, chúng ta biết rằng tình trạng thiếu thốn thức ăn trên thế giới sẽ sớm trở thành một vấn đề thực sự và nghiêm trọng.)

→ B đúng

+ Other supermarkets have already experimented with the same idea, **both within and outside Europe**. (Các siêu thị khác đã thử nghiệm với cùng một ý tưởng, cả trong và ngoài Châu Âu.)

→ A sai

+ It seems that these campaigns are going to be **profitable**, as well as **environmentally friendly**. (Có vẻ như những chiến dịch này không chỉ mang lại lợi ích kinh doanh mà còn có lợi cho môi trường.)

→ C sai

+ So, next time, when you go shopping, think before you buy. After all, it's the taste that counts. (Vì vậy, lần tới, khi bạn đi mua sắm, hãy suy nghĩ trước khi quyết định. Cuối cùng, chính là hương vị quan trọng nhất.)

→ D sai vì chưa đủ thông tin kết luận liệu việc bán những sản phẩm không đẹp mã có giúp người tiêu dùng cân nhắc lại xem thứ gì mới quan trọng không. Ở đây, tác giả chỉ đưa ra quan điểm của mình rằng hương vị, thay vì vẻ bề ngoài mới là cái quan trọng.

→ **Chọn đáp án B**

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

- A. Supermarkets are increasingly discounting misshapen produce to encourage shoppers to choose imperfect fruit and vegetables, but strict rules on produce appearance remain a major obstacle.
- B. Campaigns by supermarkets in France and the UK aim to reduce food waste by selling imperfect produce, showing a shift in customer habits towards appreciating quality over appearance.
- C. The rejection of oddly shaped produce creates substantial waste, but supermarkets like Intermarché are now selling misshapen fruit and veg at discounts to change customer habits and reduce food waste.
- D. Intermarché's campaign has led to a trend in Europe where only local supermarkets try selling less attractive produce at lower prices, resulting in improved customer preferences for appearance.

GIA SƯ TẠI HUẾ (0793833272)

Câu nào sau đây tóm tắt đúng nhất đoạn văn?

- A.** Các siêu thị đang ngày càng giảm giá các sản phẩm biến dạng để khuyến khích người mua lựa chọn những trái cây và rau củ không hoàn hảo, **nhưng các quy định nghiêm ngặt về hình dạng sản phẩm vẫn là một trở ngại lớn.**
- B.** Các chiến dịch từ các siêu thị ở Pháp và Anh hướng đến việc giảm lãng phí thực phẩm bằng cách bán các sản phẩm không hoàn hảo, **thể hiện sự thay đổi trong thói quen người dùng** về việc coi trọng chất lượng hơn ngoại hình.
- C.** Việc từ chối các sản phẩm có hình dạng kỳ lạ tạo ra sự lãng phí đáng kể, nhưng các siêu thị như Intermarché hiện đang bán trái cây và rau quả có hình dạng kỳ lạ với giá chiết khấu để thay đổi thói quen của khách hàng và giảm lãng phí thực phẩm.
- D.** Chiến dịch của Intermarché đã dẫn đến xu hướng ở châu Âu, trong đó **chỉ các siêu thị địa phương thử bán** các sản phẩm kém hấp dẫn hơn với giá thấp hơn, dẫn đến cải thiện sở thích của khách hàng về hình dạng.

**Tóm tắt:**

Đoạn văn nói về tình trạng người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn những sản phẩm hoàn hảo khi đi đến siêu thị. Một số chuỗi siêu thị, như Intermarché ở Pháp và một chuỗi ở Anh, đang triển khai chiến dịch bán trái cây và rau củ có hình dạng không hoàn hảo với giá giảm để khuyến khích người tiêu dùng chọn mua. Mục đích là giảm lượng thực phẩm bị lãng phí, vì khoảng 20-40% sản phẩm bị loại bỏ trước khi đến tay người tiêu dùng. Các chiến dịch này đang mang lại hiệu quả tích cực cả về môi trường và lợi nhuận.

=> Việc từ chối các sản phẩm có hình dạng kỳ lạ tạo ra sự lãng phí đáng kể, nhưng các siêu thị như Intermarché hiện đang bán trái cây và rau quả có hình dạng kỳ lạ với giá chiết khấu để thay đổi thói quen của khách hàng và giảm lãng phí thực phẩm.

→ **Chọn đáp án C**



### **DỊCH BÀI:**

When buying fresh fruit and vegetables, would you select a very curly cucumber, a carrot with two 'legs', or a potato with three heads? For many people, the answer is 'no' – they look for perfect produce when they go to the supermarket.

Not anymore! In France, a large supermarket chain, Intermarché, has started a marketing campaign to put ugly fruit and vegetables back on the shelves. And British TV chef Jamie Oliver has followed their lead, together with a large UK supermarket. Both the French and British supermarkets are selling their funny-shaped fruit and veg at a huge discount as an incentive for shoppers to opt for the less attractive versions.

Khi chọn mua hoa quả và rau củ tươi, bạn có chọn một trái dưa chuột cong queo, một củ cà rốt có hai “chân”, hay một củ khoai tây có ba đầu không? Đối với nhiều người, câu trả lời là “không” – họ thường tìm kiếm những sản phẩm hoàn hảo khi đi đến siêu thị.

Tuy nhiên, tình hình đã thay đổi! Tại Pháp, chuỗi siêu thị lớn, Intermarché, đã khởi đầu một chiến dịch tiếp thị để đưa những loại hoa quả và rau củ “xấu xí” trở lại kệ hàng. Đầu bếp truyền hình người Anh nổi tiếng Jamie Oliver đã noi theo và hợp tác với một siêu thị lớn tại Vương quốc Anh. Cả hai chuỗi siêu thị Pháp và Anh đều bán những loại hoa quả và rau củ có hình thù vui nhộn với giá ưu đãi lớn, như một cách kích thích cho người mua hàng lựa chọn những phiên bản ít hấp dẫn hơn.

Over the years, supermarkets have trained their customers to expect perfect fruit and veg, with many customers discarding produce that isn't 'perfect'. And until recently, there were numerous, very strict rules for supermarkets about the size and shape of fresh produce. Fortunately, there are now fewer rules, but customers need encouragement to change their shopping habits.

There is a good reason for this change in attitude. The rejection of misshapen produce results in a huge amount of waste: around 20-40% of food is thrown away before it even reaches the shops. Yet at the same time, we know that world food shortages are soon going to be a real and serious problem.

Suốt nhiều năm qua, siêu thị đã “dạy” khách hàng của họ mong đợi những loại hoa quả và rau củ hoàn hảo, với nhiều người loại bỏ sản phẩm không “hoàn hảo”. Và cho đến gần đây, đã có vô số quy định rất nghiêm ngặt đối với siêu thị về kích thước và hình dạng của sản phẩm tươi. May mắn thay, hiện nay có ít quy định hơn, nhưng khách hàng cần được khuyến khích thay đổi thói quen mua sắm của họ.

Lý do cho sự thay đổi này là rất đáng khen ngợi. Việc từ chối sản phẩm không đều hình dạng dẫn đến lượng lớn lãng phí: khoảng 20-40% thực phẩm bị vứt bỏ trước khi nó đến cửa hàng. Tuy nhiên, cùng lúc, chúng ta biết rằng tình trạng thiếu thốn thức ăn trên thế giới sẽ sớm trở thành một vấn đề thực sự và nghiêm trọng.

Fortunately, it looks like these brave, but common-sense supermarket campaigns are working. It seems that these campaigns are going to be profitable, as well as environmentally friendly. Other supermarkets have already experimented with the same idea, both within and outside Europe. So, next time, when you go shopping, think before you buy. After all, it's the taste that counts.

May mắn là, dường như những chiến dịch dũng cảm nhưng có lý trí này của siêu thị đang hoạt động hiệu quả. Có vẻ như những chiến dịch này không chỉ mang lại lợi ích kinh doanh mà còn có lợi cho môi trường. Các siêu thị khác đã thử nghiệm với cùng một ý tưởng, cả trong và ngoài Châu Âu. Vì vậy, lần tới, khi bạn đi mua sắm, hãy suy nghĩ trước khi quyết định. Cuối cùng, chính hương vị mới là thứ quan trọng nhất.



**BẢNG TỪ VỰNG**

STT	Từ vựng	Từ loại	Phiên âm	Nghĩa
1	cucumber	n	/'kju:.kʌm.bər/	dưa chuột
2	produce	n	/'prɒdju:s/	sản phẩm
3	chain	n	/tʃeɪn/	chuỗi
4	chef	n	/ʃef/	đầu bếp
5	incentive	n	/ɪn'sen.tɪv/	phần thưởng, ưu đãi để tạo động lực
6	version	n	/'vɜ:.ʃən/	phiên bản
7	discard	v	/dɪ'skɑ:d/	vứt bỏ
8	rejection	n	/rɪ'dʒek.ʃən/	sự từ chối
9	common-sense	adj	/,kɒm.ən 'sens/	hợp lý
10	brave	adj	/breɪv/	dũng cảm
11	bargain	n	/'bɑ:.ɡɪn/	hời, rẻ
12	purchase	v	/'pɜ:.tʃəs/	mua
13	misshapen	adj	/mɪs'ʃeɪ.pən/ /mɪʃ'ʃeɪ.pən/	biến dạng
14	eliminate	v	/ɪ'lim.ɪ.neɪt/	loại bỏ
15	nursery	n	/'nɜ:.sər.i/	nhà trẻ
16	suspicion	n	/sə'spɪʃ.ən/	sự nghi ngờ
17	coach	n	/kəʊtʃ/	huấn luyện viên
18	nappy	n	/'næp.i/	tã
19	integral	adj	/'ɪn.tɪ.grəl/	không thể thiếu
20	sustainable	adj	/sə'steɪ.nə.bəl/	bền vững
21	effort	n	/'ef.ət/	nỗ lực
22	passionate	adj	/'pæʃ.ən.ət/	đam mê
23	dedicated	adj	/'ded.ɪ.keɪ.tɪd/	tận tâm
24	valuable	adj	/'væl.jə.bəl/	quý giá
25	refreshed	adj	/rɪ'frefʃt/	sảng khoái
26	refresh	v	/rɪ'frefʃ/	làm tươi mới
27	conference	n	/'kɒn.fər.əns/	hội nghị
28	dynamic	adj	/daɪ'næm.ɪk/	sôi động
29	peer	n	/pɪə(r)/	người bạn cùng trang lứa
30	transformative	adj	/træns'fɔ:.mə.tɪv/	mang tính chuyển đổi
31	rewarding	adj	/rɪ'wɔ:.dɪŋ/	xứng đáng
32	genuine	adj	/'dʒen.ju.ɪn/	chân thật
33	appealing	adj	/ə'pi:.lɪŋ/	hấp dẫn
34	sensationalism	n	/sen'seɪ.ʃən.əl.ɪ.zəm/	chủ nghĩa giật gân
35	overshadow	v	/,əʊ.və'ʃæd.əʊ/	làm lu mờ
36	accuracy	n	/'æk.jə.rə.si/	tính chính xác
37	advocacy	n	/'æd.və.kə.si/	sự ủng hộ
38	momentum	n	/mə'men.təm/	động lực
39	align	v	/'æk.jə.rə.si/	phù hợp
40	ancestor	n	/'æn.ses.tər/	tổ tiên
41	prosperity	n	/prɒs'per.ə.ti/	sự thịnh vượng
42	heritage	n	/'her.ɪ.tɪdʒ/	di sản
43	ritual	n	/'rɪtʃ.u.əl	nghi thức, nghi lễ
44	symbolism	n	/'sɪm.bəl.ɪ.zəm/	tính biểu tượng

45	attire	n	/ə'taɪər/	trang phục
46	reflect	v	/rɪ'flekt/	phản ánh
47	gesture	n	/'dʒes.tʃər/	cử chỉ
48	priority	n	/praɪ'ɒr.ə.ti/	sự ưu tiên
49	courtesy	n	/'kɜː.tə.sɪ/	sự lịch sự
50	elegance	n	/'el.ə.gəns/	sự thanh lịch

**BẢNG CẤU TRÚC**

STT	Cấu trúc	Nghĩa
1	look for somebody/something	tìm ai/cái gì
2	result in something	dẫn đến cái gì
3	apply for something	ứng tuyển vị trí gì
4	look after somebody/something	chăm sóc ai/cái gì
5	allow somebody to do something	cho phép ai làm gì
6	put up something	xây dựng cái gì
7	take over something	đảm nhận cái gì
8	deal with somebody/something	đối phó với ai/cái gì
9	carry out something	tiến hành cái gì (nghiên cứu, khảo sát,...)
10	take part in something	tham gia cái gì
11	connect with somebody	kết nối với ai
12	take a step	hành động, thực hiện