Câu 1 (3 điểm) Tháng 09/2021, khách hàng A đã mua túi xách Gucci GG Marmont small matelassé leather shoulder bag với giá 2.585USD (tương đương 59.455.000VNĐ) trên website thương mại điện tử của công ty B. Website thương mại điện tử của Công ty B đã đăng ký với Bộ Công thương và có cam kết bán hàng chính hãng. Sau một khoảng thời gian, khách hàng A phát hiện túi xách này là hàng giả. Khách hàng A đã liên hệ với công ty B để yêu cầu trả hàng và hoàn tiền với lý do sản phẩm không phải hàng chính hãng. Tuy nhiên, công ty B từ chối yêu cầu trả hàng vì đã hết thời gian trả hàng theo chính sách đổi trả hàng của công ty và khẳng định sản phẩm này là hàng chính hãng.

a. Nếu khách hàng chứng minh được túi xách trên đúng là hàng giả, khách hàng cần dựa vào khoản nào, điều nào của Luật hoặc nghị định nào? (1 điểm)

* **Điều 4**. Các hành vi bị cấm trong hoạt động thuơng mại điện tử
* **Khoản 1:** Vi phạm về hoạt động kinh doanh thương mại điện tử:
* Mục b). Lợi dụng thương mại điện tử để kinh doanh hàng giả, hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh;
* **Của nghị định:** số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ về thương mại điện tử

b. Nếu khách hàng khởi kiện công ty B, công ty B sẽ bị xử lý như thế nào theo điều nào của luật hoặc nghị định nào? Giải thích lý do (2 điểm)

Nếu công ty B bị khởi kiện sẽ bị phạt từ 30-50tr đồng theo điểm e, khoản 1, điều 11 của nghị định số 98/2020/NĐ-CP

* Điều 11: Hành vi buôn bán hàng giả mạo nhãn hàng hóa, bao bì hàng hóa
* Khoản 1: Đối với hành vi buôn bán hàng giả mạo nhãn hàng hóa, bao bì hàng hóa
* Của nghị định: Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
* Với mức phạt tiền như sau: điểm **e)** Phạt tiền từ 30.000.000 đồng đến 50.000.000 đồng trong trường hợp hàng giả tương đương với số lượng của hàng thật có trị giá từ 30.000.000 đồng trở lên hoặc thu lợi bất hợp pháp từ 50.000.000 đồng trở lên mà không bị truy cứu trách nhiệm hình sự.

**- Lý do bị xử phạt:** Vì Công ty B đã lợi dụng thương mại điện tử để bán hàng giả với giá của chiếc ví là 59.455.000 VNĐ

**Câu 2 (4 điểm) Tháng 5/2014, hacker thực hiện cuộc tấn công mạng vào trang thương mại trực tuyến eBay. Hacker đã xâm nhập vào hệ thống của eBay qua tài khoản của 3 nhân viên và có quyền truy cập nội bộ trong suốt 229 ngày. Toàn bộ 145 triệu người dùng bị lộ thông tin tài khoản bao gồm tên, địa chỉ, ngày sinh và mật khẩu đã mã hóa. Thông tin thanh toán được lưu trữ riêng và không bị đánh cắp.**

**a. Liệt kê các phương thức tấn công hacker có thể sử dụng để lấy cắp thông tin tài khoản của nhân viên. (1 điểm)**

* **Phishing:** Gửi email giả mạo từ eBay yêu cầu nhân viên cung cấp thông tin đăng nhập hoặc nhấp vào các liên kết độc hại để xâm nhập vào hệ thống.
* **Social Engineering:** Sử dụng kỹ thuật xã hội để lừa dối nhân viên cung cấp thông tin đăng nhập hoặc thông tin quan trọng khác.
* **Keylogging:** Sử dụng phần mềm keylogger để ghi lại mật khẩu khi nhân viên nhập vào hệ thống.
* **Brute Force Attack:** Tấn công mật khẩu bằng cách thử tất cả các khả năng có thể cho đến khi tìm ra mật khẩu chính xác.
* **SQL Injection:** Tấn công vào cơ sở dữ liệu của hệ thống để truy xuất thông tin người dùng.

**b. Giải thích cụ thể về một phương thức tấn công có thể dẫn đến tình huống trên. (1 điểm)**

* Phương thức tấn công "Phishing" có thể dẫn đến tình huống trên. Hacker gửi email giả mạo từ eBay cho các nhân viên yêu cầu cung cấp thông tin đăng nhập với lý do giả mạo như cập nhật hệ thống, kiểm tra bảo mật, hoặc thay đổi mật khẩu. Khi nhân viên nhập thông tin đăng nhập vào trang web giả mạo, thông tin này sẽ được hacker thu thập và truy cập vào nhầm mục đích xấu. Gây nguy hại cho danh tiếng của công ty.

**c. Đề xuất các biện pháp ứng phó trong tình huống trên. (0.5 điểm)**

- **Các biện pháp ứng phó có thể bao gồm:**

* **Tăng cường bảo mật hệ thống:** Cải thiện các biện pháp bảo mật mạng và hệ thống để ngăn chặn các cuộc tấn công tương tự trong tương lai, bao gồm cập nhật và vá lỗ hổng, triển khai hệ thống phát hiện xâm nhập (IDS/IPS), và tăng cường kiểm soát quyền truy cập.
* **Thay đổi mật khẩu và cung cấp thông tin hỗ trợ:** Yêu cầu tất cả người dùng eBay thay đổi mật khẩu và cung cấp hỗ trợ để họ làm điều này một cách dễ dàng và nhanh chóng.
* **Thông báo cho người dùng:** Công bố rộng rãi cho người dùng về việc xâm nhập và lộ thông tin, cùng với hướng dẫn về cách bảo vệ thông tin cá nhân và hạn chế rủi ro.
* **Hợp tác với cơ quan chức năng:** Hợp tác chặt chẽ với cơ quan thực thi pháp luật để điều tra vụ việc và đưa ra hậu quả pháp lý cho các hacker và bất kỳ bên nào liên quan.
* **Kiểm tra và cập nhật chính sách bảo mật:** Đánh giá và cập nhật lại các chính sách bảo mật, bao gồm cách lưu trữ và bảo vệ thông tin cá nhân, để ngăn chặn các sự cố tương tự xảy ra trong tương lai.

**d. Đề xuất các biện pháp bảo vệ để giảm thiểu rủi ro có thể xảy ra tình huống tương tự trong tương lai (0.5 điểm)**

**Để giảm thiểu rủi ro của các tình huống tương tự trong tương lai, có thể áp dụng các biện pháp bảo vệ sau:**

* **Tăng cường xác thực hai yếu tố (2FA):** Yêu cầu người dùng sử dụng xác thực hai yếu tố khi đăng nhập vào tài khoản, ví dụ như mã OTP được gửi qua điện thoại di động hoặc email, để làm tăng cường bảo mật đối với các tài khoản người dùng.
* **Cập nhật và thử nghiệm thường xuyên:** Thực hiện các bản vá bảo mật và kiểm tra hệ thống thường xuyên để phát hiện và khắc phục các lỗ hổng bảo mật mới nhanh chóng.
* **Giáo dục và đào tạo người dùng:** Cung cấp thông tin và hướng dẫn cho người dùng về cách bảo vệ thông tin cá nhân, nhận diện các hoạt động đáng ngờ và báo cáo về chúng.
* **Giám sát và phát hiện sớm:** Triển khai các hệ thống giám sát và phát hiện xâm nhập để phát hiện các hoạt động đáng ngờ trên hệ thống, giúp phát hiện sớm và ứng phó với các cuộc tấn công.
* **Bảo vệ thông tin cá nhân:** Lưu trữ thông tin cá nhân của người dùng một cách an toàn và mã hóa mật khẩu để đảm bảo rằng người dùng không bị ảnh hưởng khi xảy ra sự cố bảo mật.
* **Kiểm tra đánh giá bảo mật của bên thứ ba:** Đảm bảo rằng tất cả các bên thứ ba liên quan đều tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật cao và có các biện pháp bảo mật phù hợp.
* Áp dụng mã hóa cho dữ liệu khách hàng, đặc biệt là thông tin nhạy cảm như thông tin cá nhân, thông tin tài khoản ngân hàng và thông tin thẻ tín dụng.
* Sử dụng phương pháp xác thực hai yếu tố để bảo vệ tài khoản của nhân viên.
* Cập nhật và triển khai các phần mềm bảo mật mới nhất để ngăn chặn các lỗ hổng bảo mật.
* Thực hiện kiểm tra bảo mật định kỳ và kiểm tra tổ chức để phát hiện và khắc phục các lỗ hổng bảo mật.

**e. Đề xuất các biện pháp nhằm sớm phát hiện khi website bị tấn công như tình huống trên.(0.5 điểm)**

**Để sớm phát hiện khi website bị tấn công như tình huống trên, có thể áp dụng các biện pháp sau:**

* **Giám sát hệ thống liên tục:** Triển khai các công cụ giám sát hệ thống để theo dõi hoạt động của website, bao gồm lưu lượng mạng, lưu trữ và các hoạt động đăng nhập.
* **Phát hiện dấu hiệu của tấn công:** Thiết lập các cảnh báo và quy tắc để phát hiện các hoạt động đáng ngờ như đăng nhập từ các địa điểm không phù hợp, truy cập vào các phần của hệ thống không được phép, hoặc các nỗ lực tấn công từ các địa chỉ IP không xác định.
* **Kiểm tra log hệ thống định kỳ:** Kiểm tra và phân tích các log hệ thống định kỳ để phát hiện bất kỳ hoạt động lạ hoặc không thường xuyên trên hệ thống.
* **Kiểm tra mã nguồn và bản vá lỗ hổng:** Thực hiện kiểm tra mã nguồn định kỳ để phát hiện và khắc phục các lỗ hổng bảo mật có thể được lợi dụng bởi các hacker.
* **Giám sát hành vi người dùng (User Behavior Analytics - UBA):** Sử dụng công nghệ UBA để phân tích hành vi của người dùng trong hệ thống. Bằng cách này, các hoạt động tấn công có thể được phát hiện sớm hơn.
* Thực hiện kiểm soát truy cập dựa trên vai trò, giám sát hệ thống và lưu lượng mạng liên tục để phát hiện các hoạt động bất thường.
* Cài đặt các hệ thống cảnh báo tự động để thông báo về các tấn công hoặc hoạt động đáng ngờ.

**f. Giải thích lý do lựa chọn các biện pháp bảo vệ đã đề xuất ở câu d (0.5 điểm)**

**Lý do lựa chọn các biện pháp bảo vệ đã đề xuất ở câu d là vì chúng đều tập trung vào việc tăng cường bảo mật và giảm thiểu rủi ro cho hệ thống trang web:**

* Việc bảo vệ thông tin cá nhân trong cuộc sống là vô cùng quan trọng, như trong trường hợp của eBay, khi 145 triệu người dùng bị ảnh hưởng bởi việc lộ thông tin tài khoản. Bảo vệ thông tin cá nhân giúp ngăn chặn rủi ro về việc mất trắng thông tin quan trọng như tên, địa chỉ, và mật khẩu, đồng thời đảm bảo an toàn cho tài khoản và dữ liệu cá nhân của mỗi người dùng.
* Ngoài việc ngăn chặn mất trắng thông tin cá nhân, việc bảo vệ cũng giúp người dùng tránh được các hậu quả tiêu cực khác như mất cơ hội kinh doanh, mất uy tín, hoặc rủi ro về tài chính do việc sử dụng thông tin cá nhân một cách không đúng mục đích. Đồng thời, việc bảo vệ thông tin cá nhân cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự tin tưởng và ổn định trong hệ thống thương mại điện tử và mạng lưới kinh doanh trực tuyến.
* Ngoài ra, Việc thực hiện kiểm tra bảo mật định kỳ giúp phát hiện và khắc phục các lỗ hổng bảo mật trước khi chúng được tận dụng bởi hacker. Kiểm tra tổ chức cũng giúp xác định các vấn đề liên quan đến an ninh mạng và áp dụng biện pháp phòng ngừa một cách hiệu quả.

**Câu 3** (3 điểm)

**Một công ty khởi nghiệp sản xuất và kinh doanh xà phòng thảo dược. Các sản phẩm xà phòng chuyên làm sạch, dưỡng ẩm, tạo hương thơm, kháng khuẩn và làm trắng, có 4 loại xà phòng dựa trên loại da (da khô, da bình thường, da dầu và cho trẻ sơ sinh). Công ty hiện đang bán sản phẩm trên website của công ty và sẽ tìm các nhà phân phối bên thứ ba cho phép họ phân phối sản phẩm với số lượng lớn.**

**Khách hàng mục tiêu**: Tầng lớp trung lưu và thượng lưu có ý thức về sức khỏe cũng như ý thức bảo vệ da.

**Điểm mạnh:**

- Sản phẩm:  
o Đa dạng được cung cấp cho tất cả các loại da.  
o Thảo dược rất thân thiện với làn da  
o Không có hóa chất độc hại  
o Không giới hạn độ tuổi

**Điểm yếu:**

- Tài chính hạn chế  
- Sản phẩm không được biết đến rộng rãi  
- Rất nhiều sản phẩm thay thế

- Đội ngũ quản lý và tiếp thị chưa có kinh nghiệm

**Cơ hội:** Thị trường tiêu dùng đang phát triển đối với xà phòng thảo dược.

**Thách thức:** Có một số đối thủ cạnh tranh với các chương trình tiếp thị hiệu quả

Công ty cần xây dựng kế hoạch tiếp thị phù hợp để quảng bá về sản phẩm và thương hiệu của mình.

**a. Viết 2 mục tiêu cho kế hoạch tiếp thị trên. (1 điểm)**

* **Mục tiêu 1:** Tăng doanh số bán hàng vượt 40% so với năm ngoái trong vòng **6 tháng** và tăng hiệu quả tiếp cận khách hàng.
* **Mục tiêu 2**: Xây dựng và tăng cường nhận thức về thương hiệu và giá trị sản phẩm trong tâm trí của khách hàng mục tiêu trong vòng 3 tháng.

**b. Với mỗi mục tiêu, xác định các chiến lược, thiết kế các chiến thuật để đạt mục tiêu. (2 điểm)**

**1. Chiến lược cho Mục tiêu 1 bao gồm:**

* **Chiến lược 1:** Phát triển chiến dịch quảng cáo trực tuyến đa kênh: Sử dụng các nền tảng quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads để tăng hiệu suất tiếp cận khách hàng tiềm năng. Tận dụng các công cụ như SEO để tối ưu hóa tìm kiếm trên mạng.
* **Chiến lược 2:** Xây dựng chương trình khuyến mãi và giảm giá: Tạo ra các chương trình khuyến mãi, ưu đãi đặc biệt hoặc mẫu thử nghiệm miễn phí để thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng hiện tại.

**1.1 Chiến thuật cho Chiến lược 1:**

* Tạo ra nội dung quảng cáo hấp dẫn và hợp lý nhằm thu hút sự chú ý của đối tượng khách hàng mục tiêu.
* Sử dụng phân tích dữ liệu để định rõ và tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo trên các nền tảng khác nhau.
* Theo dõi và đánh giá hiệu suất của các chiến dịch để điều chỉnh và cải thiện liên tục.

**1.2 Chiến thuật cho Chiến lược 2:**

* Thiết kế các gói ưu đãi hấp dẫn và có giá trị để khuyến khích mua sắm.
* Sử dụng marketing email để thông báo về các chương trình khuyến mãi và giảm giá đặc biệt cho khách hàng.
* Tạo ra các kênh truyền thông xã hội chính thức để chia sẻ thông tin về các chương trình khuyến mãi và tương tác với khách hàng.

**2. Chiến lược cho Mục tiêu 2 bao gồm:**

* **Chiến lược 1:** Tăng cường hiện diện trực tuyến và xây dựng thương hiệu: Tạo ra một trang web chất lượng cao và các kênh truyền thông xã hội để tăng cường sự nhận thức và uy tín của thương hiệu.
* **Chiến lược 2:** Phát triển một chiến dịch tiếp thị nội dung chất lượng: Tạo ra nội dung độc đáo và hấp dẫn về lợi ích và giá trị của các sản phẩm thảo dược của công ty để tăng cường ý thức và hiểu biết của khách hàng về sản phẩm.

**2.1 Chiến thuật cho Chiến lược 1:**

* Tạo ra một trang web chuyên nghiệp và dễ sử dụng, cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm và thương hiệu.
* Xây dựng và duy trì một mạng lưới mạnh mẽ trên các nền tảng truyền thông xã hội, tương tác với khách hàng và chia sẻ nội dung giá trị thường xuyên.

**2.2 Chiến thuật cho Chiến lược 2:**

* Tạo ra nội dung giáo dục chất lượng, bao gồm bài viết, video và hình ảnh, nhằm giới thiệu và giải thích các thành phần và lợi ích của sản phẩm thảo dược.
* Chia sẻ nội dung thú vị và hữu ích trên các nền tảng truyền thông xã hội, blog, và các diễn đàn liên quan về làm đẹp và sức khỏe da.
* Tổ chức các sự kiện trực tuyến hoặc offline như webinar, buổi hội thảo, hoặc buổi giới thiệu sản phẩm để tăng cường hiểu biết và nhận thức về sản phẩm trong cộng đồng mục tiêu.

**Mục tiêu 1:** Tăng doanh số bán hàng vượt 40% so với năm ngoái trong vòng **6 tháng** và tăng hiệu quả tiếp cận khách hàng.

|  |  |
| --- | --- |
| **Chiến lược** | **Chiến thuật** |
| Nghiên cứu thị trường | Công ty cần phải tìm hiểu về thị trường và đối tượng khách hàng mà họ muốn tiếp cận. Công ty nên tìm hiểu về sở thích và nhu cầu của khách hàng, mức độ cạnh tranh trong ngành và chiến lược tiếp thị của các đối thủ cạnh tranh. |
| Tối ưu hóa trang web | Công ty nên tối ưu hóa trang web của mình để thu hút khách hàng. Điều này bao gồm việc thiết kế trang web hiện đại và thu hút mắt, cải thiện trải nghiệm người dùng, tăng khả năng tìm thấy trang web trên các công cụ tìm kiếm và tăng tính năng của trang web. |
| Quảng cáo trực tuyến | Công ty nên sử dụng các nền tảng quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads,.. để quảng bá sản phẩm và dịch vụ của mình tới khách hàng tiềm năng. |
| Tạo chương trình khuyến mãi | Công ty có thể tạo ra các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng trực tuyến. |
| Gửi email marketing | Công ty nên sử dụng email marketing để giới thiệu sản phẩm mới, chương trình khuyến mãi và các thông tin hữu ích liên quan đến sản phẩm của mình tới khách hàng đã đăng ký nhận thông tin từ công ty. |
| Sử dụng công nghệ để tăng tính năng và tốc độ | Công ty nên sử dụng công nghệ để nâng cao tính năng và tốc độ xử lý đơn hàng, tăng độ chính xác trong quá trình đóng gói và giao hàng. |
| Theo dõi và đánh giá kết quả | Công ty nên theo dõi và đánh giá kết quả của chiến lược tiếp thị của mình để điều chỉnh và cải thiện chiến lược nếu cần thiết. |

* **Mục tiêu 2**: Xây dựng và tăng cường nhận thức về thương hiệu và giá trị sản phẩm trong tâm trí của khách hàng mục tiêu trong vòng 3 tháng.

|  |  |
| --- | --- |
| Chiến lược | Chiến thuật |
| Facebook | 1) Chạy các chiến dịch khuyến mãi nhắm đến khách hàng tiềm năng.  2) Trả lời để đăng bình luận một cách thường xuyên để làm cho khách hàng cảm thấy có giá trị.  3) Đăng tải video review về sản phẩm  4) Tạo các nội dung vui nhộn như câu đố và trò chơi và tăng cường sự tham gia của người xem. |
| Instagram | 1. Đăng tải các hình ảnh, video ngắn về sản phẩm, cửa hàng 2. Đằng thông tin về sản phẩm mới, khuyến mãi, giảm giá.. |
| Cửa hàng | 1. Thiết kế một logo và biển hiệu độc đáo nhằm để thu hút và tạo ấn tượng cho khách hàng 2. Tặng phiếu giảm giá khi mua số lượng lớn 3. Tạo chương trình tích điểm cho khách quen 4. Pha chế nhiều công thức khác nhau 5. Chương trình dùng thử sản phẩm mới |
| Tiktok | 1. Chạy quảng cáo trên nền tảng bằng các video thu hút 2. Xây dựng kênh Tiktok riêng cho cửa hàng 3. Cộng tác với các Tiktoker review food |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Nghiên cứu thị trường | Tìm hiểu về thị trường, đối tượng khách hàng tiềm năng và đối thủ cạnh tranh. Công ty cần tìm hiểu rõ về các đặc điểm của khách hàng tiềm năng như độ tuổi, giới tính, thu nhập, sở thích, v.v. |
| Xây dựng chiến lược quảng cáo trên mạng | Tạo nhiều hình thức quảng cáo trên các mạng xã hội như Facebook, Instagram, Zalo, v.v. để giới thiệu sản phẩm và thương hiệu đến đối tượng khách hàng tiềm năng. Công ty nên đầu tư vào các quảng cáo trên mạng để thu hút lượng khách hàng mới tới với sản phẩm và thương hiệu của mình. |
| Tham gia các sự kiện trên mạng | Tận dụng các sự kiện online để quảng bá sản phẩm của công ty. Tham gia các trò chơi trên mạng để tăng độ tương tác với khách hàng, tạo sự quan tâm và thu hút khách hàng mới đến với công ty. |
| Phát triển chương trình giới thiệu khách hàng | Tạo ra chương trình giới thiệu khách hàng để khuyến khích khách hàng hiện tại giới thiệu sản phẩm của công ty đến những người khác. Các chương trình giới thiệu khách hàng sẽ giúp công ty thu hút khách hàng mới và tăng doanh số bán hàng. |
| Cập nhật website và SEO | Công ty cần cập nhật website thường xuyên, đảm bảo website đáp ứng nhu cầu tìm kiếm của khách hàng. Đồng thời, công ty cần tối ưu hóa website để tăng khả năng hiển thị trên các công cụ tìm kiếm như Google, Bing, Yahoo, v.v. Việc tối ưu hóa SEO sẽ giúp tăng lượng truy cập trang web của công ty, từ đó thu hút lượng khách hàng mới. |
| Tạo nội dung chất lượng trên blog và mạng xã hội | Tạo nội dung có giá trị để khách hàng thấy được giá trị của sản phẩm và thương hiệu của công ty. Nội dung này có thể bao gồm các bài viết, hướng dẫn sử dụng sản phẩm, video |

**=============================================================**

**Đề 2:**

**Câu 1 (4 điểm)** **JBS SA là công ty chế biến thịt bò, lợn, gia cầm lớn có chi nhánh ở nhiều quốc gia, trụ sở tại Brazil. Ngày 30/05/2021 JBS phát hiện một số máy chủ của họ là mục tiêu của một cuộc tấn công mạng có tổ chức. Các nhà máy của JBS tại Australia, Mỹ, Canada bị gián đoạn sau vụ tấn công. Sự cố JBS tạo hiệu ứng đến toàn ngành công nghiệp chế biến thịt, khiến nhiều cơ sở phải đóng cửa, hàng ngàn công nhân không có việc làm, gia súc bị gởi trả cho nông dân sau khi được chuyển tới để giết mổ. Tất cả nhà máy chế biến thịt bò của hãng đều đóng cửa tính đến ngày 01/06/2021. Người phát ngôn Nhà Trắng Karine Jean-Pierre cho biết JBS đã cung cấp thông tin về vụ tấn công mã độc tống tiền. Các hacker đã sử dụng phần mềm độc hại tấn công vào một số máy chủ của tập đoàn nhằm mục đích đòi tiền chuộc.**

**a. Cho biết phần mềm độc hại được sử dụng trong cuộc tấn công mạng trên thuộc loại nào. Liệt kê các nguyên nhân có thể dẫn đến tình huống trên. (1 điểm)**

Phần mềm độc hại được sử dụng trong cuộc tấn công mạng trên thuộc loại Ransomware. **Nguyên nhân có thể dẫn đến tình huống này bao gồm:**

* Hệ thống bảo mật kém: Nếu hệ thống mạng của JBS không có các biện pháp bảo mật đủ mạnh mẽ như tường lửa, phần mềm chống virus, phát hiện xâm nhập, thì sẽ dễ bị tấn công bởi các phần mềm độc hại.
* Không cập nhật hệ thống và phần mềm: thì các lỗ hổng bảo mật có thể được tận dụng bởi hacker để thực hiện các cuộc tấn công.
* Đào tạo nhân viên: không được đầy đủ về an ninh mạng và cách phòng chống tấn công mạng, họ có thể mắc các lỗi gây ra lỗ hổng bảo mật.

**b. Giải thích cụ thể về một phương thức tấn công có thể dẫn đến tình huống trên(1đ)**

* Một phương thức tấn công có thể dẫn đến tình huống trên là "Phishing". Hacker có thể đã sử dụng email giả mạo hoặc các trang web giả mạo để lừa đảo nhân viên của JBS và nhấp vào các liên kết hoặc tải xuống các tệp đính kèm chứa phần mềm độc hại. Khi nhân viên mở các tệp đó, phần mềm độc hại có thể tự động cài đặt và lan truyền trong hệ thống mạng của công ty.

**c. Đề xuất các biện pháp bảo vệ, phát hiện, ứng phó và khắc phục trong tình huống trên (1.5 điểm)**

**Các biện pháp bảo vệ, phát hiện, ứng phó và khắc phục trong tình huống trên có thể bao gồm:**

* Triển khai các giải pháp bảo mật mạng cấp cao như tường lửa, phần mềm chống virus, phát hiện xâm nhập để ngăn chặn sự xâm nhập của phần mềm độc hại.
* Thực hiện các biện pháp cập nhật hệ thống và phần mềm định kỳ để bảo vệ khỏi các lỗ hổng bảo mật.
* Tăng cường đào tạo an ninh mạng cho nhân viên để họ nhận biết và phòng tránh các kỹ thuật tấn công phổ biến như Phishing.
* Thiết lập các hệ thống sao lưu và khôi phục dữ liệu định kỳ để đảm bảo rằng công ty có thể phục hồi nhanh chóng sau một cuộc tấn công.

**d. Giải thích lý do lựa chọn các biện pháp bảo vệ đã đề xuất ở câu c (0.5 điểm)**

- Lựa chọn các biện pháp bảo vệ đã đề xuất vì chúng cung cấp một phạm vi bảo vệ toàn diện, từ việc ngăn chặn tấn công ban đầu, phát hiện các hoạt động độc hại, đào tạo nhân viên để ngăn chặn các tấn công tương lai và khôi phục dữ liệu nếu xảy ra sự cố. Đồng thời, các biện pháp này cũng tương thích với các chuẩn an ninh thông tin quốc tế và được chứng minh là hiệu quả trong việc bảo vệ các tổ chức khỏi các cuộc tấn công mạng.

**Câu 2 (3.5 điểm)**

**Một cửa hàng bán lẻ các mặt hàng thời trang công sở nữ trên website riêng của cửa hàng. Giá mỗi sản phẩm của cửa hàng khoảng 500.000 – 1.500.000VNĐ. Website cung cấp đầy đủ thông tin, hình ảnh về sản phẩm. Cửa hàng có đội ngũ nhân viên tư vấn hỗ trợ cho khách hàng khi chọn size, kiểu,… và các dịch vụ hậu mãi khác. Khách hàng mục tiêu của cửa hàng: nhân viên văn phòng.**

**Điểm mạnh:**

- Sản phẩm có mẫu mã độc đáo, chất lượng tốt, giá hợp lý

- Đội ngũ nhân viên tư vấn nhiệt tình

**Điểm yếu:**

- Tài chính hạn chế

- Thương hiệu chưa được mọi người biết đến

**Cơ hội:**

- Nhu cầu tiêu dùng thời trang cao

**Thách thức:**

- Nhiều đối thủ cạnh tranh

- Sự thay đổi xu hướng tiêu dùng của khách hàng

Cửa hàng cần xây dựng kế hoạch tiếp thị phù hợp để quảng bá thương hiệu.

**a. Viết 3 mục tiêu cho kế hoạch tiếp thị trên. (1.5 điểm)**

* **Mục tiêu 1:** Tăng nhận thức về thương hiệu của cửa hàng trong vòng 3-5 tháng.
* **Mục tiêu 2:** Tăng doanh thu 45% cho việc bán hàng trực tuyến trong năm 2024:
* **Mục tiêu 3: Xây dựng mối quan hệ khách hàng:** Tạo và duy trì mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng thông qua các hoạt động tương tác và dịch vụ hậu mãi.

**b. Chọn 2 trong 3 mục tiêu trên, với mỗi mục tiêu, xác định các chiến lược, thiết kế các chiến thuật và hành động tiếp thị để đạt mục tiêu. (2 điểm)**

**Tăng nhận thức về thương hiệu:**

* **Chiến lược:** Sử dụng mạng xã hội và quảng cáo trực tuyến để tạo ra nội dung hấp dẫn và chia sẻ về các sản phẩm và câu chuyện của thương hiệu.
* **Chiến thuật:** Tạo ra các chiến dịch quảng cáo định kỳ trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram để tăng tầm nhìn và tiếp cận của thương hiệu.
* **Hành động tiếp thị:** Tổ chức các sự kiện trực tuyến như livestream trên các mạng xã hội để giới thiệu sản phẩm mới và tương tác trực tiếp với khách hàng.

**Tăng doanh số bán hàng trực tuyến:**

* **Chiến lược:** Tối ưu hóa trang web của cửa hàng để tăng tốc độ tải trang và cải thiện trải nghiệm người dùng.
* **Chiến thuật:** Áp dụng kỹ thuật SEO để tối ưu hóa việc tìm kiếm và xếp hạng trang web trên các công cụ tìm kiếm như Google.
* **Hành động tiếp thị:** Tổ chức các chương trình khuyến mãi đặc biệt và giảm giá trực tuyến để kích thích hành động mua sắm từ khách hàng.
* **Mục tiêu 1:** Tăng nhận thức về thương hiệu của cửa hàng trong vòng 3-5 tháng.

|  |  |
| --- | --- |
| Chiến lược | Chiến thuật |
| Facebook | 1) Chạy các chiến dịch khuyến mãi nhắm đến khách hàng tiềm năng.  2) Trả lời để đăng bình luận một cách thường xuyên để làm cho khách hàng cảm thấy có giá trị.  3) Đăng tải video review về sản phẩm  4) Tạo các nội dung vui nhộn như câu đố và trò chơi và tăng cường sự tham gia của người xem. |
| Instagram | 1. Đăng tải các hình ảnh, video ngắn về sản phẩm, cửa hàng 2. Đằng thông tin về sản phẩm mới, khuyến mãi, giảm giá.. |
| Cửa hàng | 1. Thiết kế một logo và biển hiệu độc đáo nhằm để thu hút và tạo ấn tượng cho khách hàng 2. Tặng phiếu giảm giá khi mua số lượng lớn 3. Tạo chương trình tích điểm cho khách quen 4. Pha chế nhiều công thức khác nhau 5. Chương trình dùng thử sản phẩm mới |
| Tiktok | 1. Chạy quảng cáo trên nền tảng bằng các video thu hút 2. Xây dựng kênh Tiktok riêng cho cửa hàng 3. Cộng tác với các Tiktoker review food |

* **Mục tiêu 2: Tăng doanh thu 45% cho việc bán hàng trực tuyến trong năm 2024:**

|  |  |
| --- | --- |
| Chiến lược | Chiến thuật |
| Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ | Đào tạo nhân viên về kỹ năng phục vụ khách hàng, cải thiện quy trình sản xuất và phục vụ. |
| Phát triển chương trình khuyến mại | Tổ chức các chương trình khuyến mại hấp dẫn như giảm giá, tặng quà, ưu đãi cho khách hàng thân thiết, để thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ. |
| Mở rộng địa điểm kinh doanh | Mở thêm một số cửa hàng mới ở các vị trí thuận tiện và phù hợp để thu hút khách hàng mới. |
| Tăng công nghệ truyền thông | Quảng bá quán giải khát thông qua các kênh truyền thông xã hội, đặt quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng để tăng tính nhận thức của thương hiệu. |
| Theo dõi và đánh giá kết quả | Đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch hành động, đưa ra điều chỉnh và cập nhật kế hoạch mới để đạt được mục tiêu doanh thu. |

**=============================================================**

**Đề 3:**

Câu 1 (4 điểm)

**Ngày 07/05/2021, Colonial Pipeline, nhà vận hành đường ống dẫn nhiên liệu hàng đầu của Mỹ đã đóng toàn bộ hệ thống của họ để ngăn chặn mối đe dọa sau khi bị tấn công mạng. Công ty Colonial Pipeline vận chuyển 2,5 triệu thùng xăng, dầu diesel, nhiên liệu máy bay và các sản phẩm khác mỗi ngày thông qua 8.850 km đường ống, chiếm khoảng 45% nguồn cung nhiên liệu Bờ Đông nước Mỹ.**

**Hoạt động hiện đại của Colonial Pipeline sử dụng nhiều công nghệ kỹ thuật số tối tân. Các cảm biến áp suất, bộ điều nhiệt, van và máy bơm được sử dụng để giám sát và quản lý dòng chảy của dầu diesel, xăng và nhiên liệu phản lực qua hàng trăm dặm đường ống. Colonial thậm chí còn có một robot thông minh (máy đo kiểm tra đường ống) công nghệ cao chạy qua đường ống để kiểm tra các điểm bất thường. Tất cả công nghệ này được kết nối với một hệ thống trung tâm. Tất cả các thiết bị được sử dụng để vận hành đường ống hiện đại đều được điều khiển bởi máy tính. Theo điều tra của chính phủ Mỹ, tin tặc rất có thể đến từ một nhóm tội phạm công nghệ cực kỳ chuyên nghiệp. Phần mềm độc hại được sử dụng trong vụ tấn công. Phần mềm độc hại được thiết kế để khóa các hệ thống bằng cách mã hóa dữ liệu và yêu cầu trả tiền chuộc để lấy lại quyền truy cập.**

**a. Cho biết phần mềm độc hại được sử dụng trong cuộc tấn công mạng trên thuộc loại nào. Liệt kê các nguyên nhân có thể dẫn đến tình huống trên. (1 điểm)**

**Phần mềm độc hại được sử dụng trong cuộc tấn công mạng trên thuộc loại Ransomware.**

**Nguyên nhân có thể dẫn đến tình huống này bao gồm:**

* **Hệ thống bảo mật kém:** không được bảo vệ đầy đủ và hiệu quả, các hacker có thể tìm ra và tận dụng các lỗ hổng bảo mật để tiến hành cuộc tấn công.
* **Không cập nhật phần mềm:** thường xuyên và không áp dụng các bản vá bảo mật cho hệ thống và phần mềm của mình, các lỗ hổng bảo mật có thể được khai thác bởi hacker.
* **Đào tạo nhân viên:** Nếu nhân viên của Colonial Pipeline không được đào tạo đầy đủ về an ninh mạng và cách phòng chống tấn công mạng, họ có thể mắc các lỗi gây ra lỗ hổng bảo mật.

**b. Giải thích cụ thể về một phương thức tấn công có thể dẫn đến tình huống trên(1đ) *Câu 1 đề 2***

**c. Đề xuất các biện pháp bảo vệ, phát hiện, ứng phó và khắc phục trong tình huống trên (1.5 điểm) *Câu 1 đề 2***

**d. Giải thích lý do lựa chọn các biện pháp bảo vệ đã đề xuất ở câu c (0.5 điểm) *Câu 1 đề 2***

**Câu 2 (3.5 điểm)**

Một doanh nghiệp đã xây dựng ứng dụng di động hỗ trợ việc giảng dạy và học tập trực tuyến cho giáo viên và học sinh với nhiều tính năng mới giúp cho việc dạy và học trực tuyến đạt hiệu quả cao. Người dùng có thể đăng ký tài khoản miễn phí. Sau khi đăng nhập vào tài khoản đã đăng ký, học viên có thể học một số nội dung có sẵn trên ứng dụng hoặc có thể tham gia vào các lớp học của các trung tâm hoặc các giáo viên (được trung tâm hoặc giáo viên cấp quyền truy cập). Các trung tâm, giáo viên muốn giảng dạy trực tuyến trên ứng dụng thì phải đăng ký tài khoản VIP và trả một khoản phí. Khách hàng mục tiêu của ứng dụng là các trung tâm đào tạo, giáo viên, học viên.

**Điểm mạnh:**

- Ứng dụng có nhiều tính năng mới:

o Tạo các chương trình học tùy biến theo nhu cầu của các trung tâm, giáo viên

o Tạo các lộ trình học tập tùy biến theo yêu cầu của học viên

**Điểm yếu:**

- Tài chính hạn chế

- Ứng dụng mới được đưa vào kinh doanh nên chưa được mọi người biết đến - Đội ngũ quản lý và tiếp thị chưa có kinh nghiệm

**Cơ hội:**

- Nhu cầu học trực tuyến ngày càng tăng cao.

**Thách thức:**

- Có một số đối thủ cạnh tranh với các chương trình tiếp thị hiệu quả Doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch tiếp thị phù hợp để quảng bá về ứng dụng.

**a. Viết 3 mục tiêu cho kế hoạch tiếp thị trên. (1.5 điểm)**

**Mục tiêu 1: Tăng nhận thức về ứng dụng:** Tạo sự nhận biết và nhận thức về ứng dụng cho cộng đồng giáo viên, học viên và các trung tâm đào tạo trong **vòng 3 tháng.**

**Mục tiêu 2: Tăng lượng đăng ký tài khoản VIP:** Tăng số lượng trung tâm và giáo viên đăng ký tài khoản VIP **lên hơn 1.000 thành viên** để có quyền truy cập vào các tính năng cao cấp của ứng dụng, phục vụ cho việc ôn tập và giảng dạy hiệu quả.

**Mục tiêu 3: Tăng sử dụng và tương tác của người dùng:** Tăng số lượng học viên sử dụng tính năng học trực tuyến và tham gia vào các lớp học được cung cấp trên ứng dụng.

**b. Chọn 2 trong 3 mục tiêu trên, với mỗi mục tiêu, xác định các chiến lược, thiết kế các chiến thuật và hành động tiếp thị để đạt mục tiêu. (2 điểm)**

**Tăng nhận thức về ứng dụng:**

* **Chiến lược:** Sử dụng quảng cáo trực tuyến trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, LinkedIn để giới thiệu về ứng dụng và các tính năng mới.
* **Chiến thuật:** Tạo ra nội dung hấp dẫn như video giới thiệu, bài viết blog về lợi ích và cách sử dụng của ứng dụng và chia sẻ trên các kênh truyền thông xã hội.
* **Hành động tiếp thị:** Tổ chức các sự kiện trực tuyến như webinar, buổi hội thảo trực tuyến để giới thiệu chi tiết về ứng dụng và hướng dẫn sử dụng.

**Tăng lượng đăng ký tài khoản VIP:**

* **Chiến lược:** Tạo các gói dịch vụ VIP với các ưu đãi hấp dẫn và linh hoạt để thu hút các trung tâm và giáo viên.
* **Chiến thuật:** Phát triển mạng lưới đối tác và hợp tác với các tổ chức đào tạo, trung tâm giáo dục để quảng bá và cung cấp ưu đãi đặc biệt cho việc đăng ký tài khoản VIP.
* **Hành động tiếp thị:** Tạo ra các chiến dịch email marketing và telesales để tiếp cận trực tiếp các trung tâm và giáo viên và mời họ tham gia vào các gói dịch vụ VIP.
* Tăng số lượng người dùng đăng ký tài khoản miễn phí lên 500 người trong vòng 3 tháng đầu tiên bằng cách chạy chiến dịch quảng cáo trực tuyến mạnh mẽ.

**Mục tiêu 1:Tăng nhận thức về ứng dụng:** Tạo sự nhận biết và nhận thức về ứng dụng cho cộng đồng giáo viên, học viên và các trung tâm đào tạo trong **vòng 3 tháng.**

|  |  |
| --- | --- |
| Tạo và tối ưu hóa trang landing page | Tạo một trang landing page chuyên nghiệp, thuyết phục và dễ sử dụng để giới thiệu ứng dụng và giá trị của nó đến khách hàng mục tiêu. Tối ưu hóa trang landing page để đảm bảo tốc độ tải nhanh và thân thiện với thiết bị di động. |
| Chạy chiến dịch quảng cáo trực tuyến | Sử dụng các kênh quảng cáo trực tuyến như Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads để tiếp cận đối tượng khách hàng mục tiêu và giới thiệu về ứng dụng. Tạo các quảng cáo có hình ảnh và nội dung hấp dẫn, chính xác và cụ thể để thu hút sự chú ý và tăng tỉ lệ nhấp vào trang landing page. |
| Sử dụng email marketing | Sử dụng email marketing để giới thiệu ứng dụng và các tính năng mới đến khách hàng mục tiêu. Tạo các email thân thiện, chuyên nghiệp và dễ đọc, bao gồm hình ảnh và liên kết trực tiếp đến trang landing page. |
| Sử dụng nội dung và SEO | Tạo nội dung giáo dục và hấp dẫn để thu hút người dùng đến trang web của bạn thông qua kết quả tìm kiếm tự nhiên. Tối ưu hóa trang web của bạn cho SEO bằng cách sử dụng các từ khóa phù hợp và tối ưu hóa đường dẫn trang. |
| Sử dụng marketing trên mạng xã hội | Sử dụng các mạng xã hội như Facebook, LinkedIn, Twitter để chia sẻ nội dung giới thiệu về ứng dụng và các tính năng mới của nó. Tạo các bài đăng có hình ảnh và nội dung hấp dẫn, bao gồm liên kết đến trang landing page của bạn. |
| Sử dụng các trang web giáo dục để quảng bá | Liên hệ với các trang web giáo dục uy tín để quảng bá về ứng dụng của bạn. Cung cấp thông tin chi tiết về ứng dụng, tính năng mới và lợi |

**Mục tiêu 2: Tăng lượng đăng ký tài khoản VIP:** Tăng số lượng trung tâm và giáo viên đăng ký tài khoản VIP **lên hơn 1.000 thành viên** để có quyền truy cập vào các tính năng cao cấp của ứng dụng, phục vụ cho việc ôn tập và giảng dạy hiệu quả.

|  |  |
| --- | --- |
| Xây dựng nội dung chất lượng | Nội dung là yếu tố quan trọng nhất để thu hút và giữ chân người dùng. Chúng ta cần tạo ra những chương trình học chất lượng cao, phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của học viên. Đồng thời, nên đưa các giáo viên có uy tín, có kinh nghiệm, tâm huyết vào nền tảng ứng dụng để giảng dạy. |
| Tìm kiếm đối tác | Đối tác chính của chúng ta là các trung tâm đào tạo và giáo viên. Chúng ta cần tìm kiếm và đàm phán với các trung tâm, giáo viên để họ đăng ký tài khoản VIP và sử dụng nền tảng ứng dụng của chúng ta. Đồng thời, chúng ta cũng có thể cung cấp chương trình học miễn phí hoặc giảm giá để thu hút và giữ chân các trung tâm, giáo viên. |
| Tiếp thị trực tuyến | Tiếp thị trực tuyến là một phương tiện hiệu quả để giới thiệu ứng dụng của chúng ta đến với khách hàng mục tiêu. Chúng ta có thể sử dụng các kênh tiếp thị trực tuyến như quảng cáo Google, quảng cáo trên mạng xã hội như Facebook, Instagram, LinkedIn... để tăng khả năng nhìn thấy và tìm thấy ứng dụng của chúng ta. Ngoài ra, chúng ta cũng có thể sử dụng email marketing, chương trình khuyến mãi và các chiến dịch khác để giới thiệu sản phẩm của mình. |
| Marketing liên kết | Marketing liên kết là một hình thức tiếp thị khác giúp chúng ta thu hút người dùng mới và tăng doanh số. Chúng ta có thể tìm kiếm các đối tác liên kết có liên quan đến lĩnh vực giáo dục để đăng ký và chia sẻ các chương trình học của chúng ta đến với học viên của họ. Các đối tác này sẽ nhận được tiền hoa hồng dựa |

* Tăng số lượng lớp học trên ứng dụng lên 20 lớp bằng cách đăng ký các giáo viên và trung tâm đào tạo mới trong vòng 12 tháng đầu tiên.

|  |  |
| --- | --- |
| Xác định khách hàng mục tiêu | Tìm kiếm các trung tâm đào tạo và giáo viên mới trong ngành giáo dục trực tuyến  Tìm kiếm học viên tiềm năng và đối tượng khách hàng của các trung tâm đào tạo mới |
| Xây dựng chiến lược truyền thông và tiếp thị | Tăng cường quảng bá thông tin về ứng dụng trên các kênh truyền thông xã hội và trang web của doanh nghiệp, với nội dung hấp dẫn và có tính tương tác cao để thu hút khách hàng mới.  Tạo ra các chiến dịch quảng cáo trên Google Ads hoặc các nền tảng quảng cáo trực tuyến khác để tăng lưu lượng truy cập và giới thiệu về ứng dụng tới khách hàng tiềm năng.  Xây dựng chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng mới sử dụng ứng dụng hoặc các dịch vụ VIP của ứng dụng. |
| Tạo sự hấp dẫn và chuyên nghiệp trên ứng dụng | Cập nhật liên tục các nội dung giảng dạy, bài giảng mới, tạo nên sự đa dạng và hấp dẫn cho học viên khi truy cập ứng dụng.  Xây dựng chương trình đào tạo và hỗ trợ giáo viên, trung tâm đào tạo mới sử dụng ứng dụng, cung cấp các công cụ và tài nguyên hỗ trợ cho việc giảng dạy và quản lý các lớp học trên ứng dụng. |
| Đo lường và theo dõi hiệu quả kế hoạch tiếp thị | Đo lường lưu lượng truy cập và tần suất đăng ký tài khoản trên ứng dụng để đánh giá hiệu quả của chiến lược quảng bá và tiếp thị.  Theo dõi và đánh giá số lượng giáo viên và trung tâm đào tạo mới đăng ký và sử dụng ứng dụng.  Thực hiện điều chỉnh và cải thiện kế hoạch tiếp thị theo kết quả đánh giá được. |

Câu 3 (2.5 điểm)

**Công ty X bán hàng trực tuyến trên website của công ty. Website có chức năng tạo tài khoản để thu thập thông tin cá nhân của khách hàng và cung cấp cho khách hàng các dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt hơn. Chức năng tạo tài khoản của website như sau: Công ty X bắt đầu chiến dịch tiếp thị sản phẩm mới với nhiều khuyến mãi hấp dẫn. Ngày 25/04/2020, công ty đã gởi email cho tất cả các khách hàng trong danh sách khách hàng thu thập được từ chức năng tạo tài khoản để giới thiệu về chương trình khuyến mãi sắp tới.**

**a. Hành vi của công ty X vi phạm vấn đề gì được quy định trong luật hoặc nghị định nào? (1đ)**

* Hành vi của X vi phạm quy định liên quan đến thư điện tử, tin nhắn cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ được quy định trong Nghị định 15/2020/NĐ-CP

**b. Hành vi này sẽ bị xử lý như thế nào theo điều nào của luật hoặc nghị định được xác định ở câu a? Giải thích lý do. (1.5đ)**

* Hành vi sẽ bị xử lý theo khoản 2 Điều 94
* Lý do vì cty X thu thập thông tin email khách hàng là để tạo tài khoản nhưng sau đó lại sử dụng email của khách hàng để gới thiệu về chương trình khuyến mại sắp tới, điều này là chưa được sự cho phép của khách hàng và vi phạm theo nghị định 15/2020/NĐ-CP về việc gửi thư điện tử quảng cáo đến người nhận nhưng chưa được sự đồng ý của người nhận. Theo điểm a khoản 2 điều 94 thì công ty X bị phạt tiền từ 5-10tr đối với hành vi này

**Bài tập nhóm chương 5**

**Câu 1:** Công ty B đã đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp và nhãn hiệu tại Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam cho sản phẩm X đang được bán trên thị trường Nhưng hiện nay trên mạng đã có loại sản phẩm tương tự từ mẫu mã, đến tên nhãn hiệu được bán bởi một công ty khác ở nước ngoài

**a). Nếu một công ty C nhập sản phẩm tương tự với sản phẩm X từ công ty nước ngoài**

**về tiêu thụ trong nước, công ty C vi phạm Luật nào?**

**Điều 121:** Chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp

**Khoản 1:** Chủ sở hữu sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí là tổ chức, cá nhân được cơ quan có thẩm quyền cấp văn bằng bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp tương ứng.

Chủ sở hữu nhãn hiệu là tổ chức, cá nhân được cơ quan có thẩm quyền cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hoặc có nhãn hiệu đã đăng ký quốc tế được cơ quan có thẩm quyền công nhận hoặc có nhãn hiệu nổi tiếng.

**Của Luật Sở Hữu Trí Tuệ**

**b). Hãy cho biết vi phạm điều nào của Luật đó? Công ty C sẽ bị xử lý như thế nào**

**theo điều nào trong luật?**

**Điều 135:** Nghĩa vụ trả thù lao cho tác giả sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí

**Khoản 1.** Chủ sở hữu sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí có nghĩa vụ trả thù lao cho tác giả theo quy định tại khoản 2 và khoản 3 Điều này, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác.

**Khoản 2:**Mức thù lao tối thiểu mà chủ sở hữu phải trả cho tác giả được quy định như sau:

**Mục a)** 10% số tiền làm lợi mà chủ sở hữu thu được do sử dụng sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí;

**Mục b)** 15% tổng số tiền mà chủ sở hữu nhận được trong mỗi lần nhận tiền thanh toán do chuyển giao quyền sử dụng sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí.

**Điều 136:** Nghĩa vụ sử dụng sáng chế, nhãn hiệu

**Khoản 2:** [[33]](#_ftn33) Chủ sở hữu nhãn hiệu có nghĩa vụ sử dụng liên tục nhãn hiệu. Việc sử dụng nhãn hiệu bởi bên nhận chuyển quyền theo hợp đồng sử dụng nhãn hiệu cũng được coi là hành vi sử dụng nhãn hiệu của chủ sở hữu nhãn hiệu. Trong trường hợp nhãn hiệu không được sử dụng liên tục từ năm năm trở lên thì Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu đó bị chấm dứt hiệu lực theo quy định tại Điều 95 của Luật này.

**Câu 2:** Tác giả C có tác phẩm sách đã xuất bản giấy in, và đăng ký bản quyền Hiện nay trên mạng có một số trang web đang sao chép trái phép sách của tác giả này qua hình thức sách điện tử

**Các website sao chép trái phép vi phạm điều khoản nào của Luật nào? Nếu tác giả C khởi**

**kiện, các website này sẽ bị xử lý như thế nào qua điều khoản nào trong luật?**

**Giải**

**a). Các website sao chép trái phép vi phạm điều khoản nào của Luật nào?**

***Website sao chép trái phép đã vi phạm điều 28 khoản 10 của Luật Sở Hữu Trí Tuệ***

**Điều 28. Hành vi xâm phạm quyền tác giả**

**Khoản 10:** Nhân bản, sản xuất bản sao, phân phối, trưng bày hoặc truyền đạt tác phẩm đến công chúng qua mạng truyền thông và các phương tiện kỹ thuật số mà không được phép của chủ sở hữu quyền tác giả.

**Của Luật Sở Hữu Trí Tuệ**

**b). Nếu tác giả C khởi kiện, các website này sẽ bị xử lý như thế nào qua điều khoản nào trong luật?**

**Điều 213:** Hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ

**Khoản 3:** Hàng hóa sao chép lậu là bản sao được sản xuất mà không được phép của chủ thể quyền tác giả hoặc quyền liên quan.

**Của luật Sở Hữu Trí Tuệ**

----

**Điều 214:** Các hình thức xử phạt vi phạm hành chính và biện pháp khắc phục hậu quả

**Khoản 1:** Tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ quy định tại khoản 1 Điều 211 của Luật này bị buộc phải chấm dứt hành vi xâm phạm và bị áp dụng một trong các hình thức xử phạt chính sau đây:

a) Cảnh cáo;

b) Phạt tiền.

**Khoản 2:** Tùy theo tính chất, mức độ xâm phạm, tổ chức, cá nhân xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ còn có thể bị áp dụng một hoặc các hình thức xử phạt bổ sung sau đây:

a) Tịch thu hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ, nguyên liệu, vật liệu, phương tiện được sử dụng chủ yếu để sản xuất, kinh doanh hàng hóa giả mạo về sở hữu trí tuệ;

b) Đình chỉ có thời hạn hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực đã xảy ra vi phạm.

**Câu 3:** Môt câu lạc bộ những người yêu điện ảnh trẻ ở thành phố Hồ Chí Minh đã tự lập ra một trang web để chia sẻ các bộ phim mới nhất, kèm theo những giới thiệu và bình luận của các thành viên trong nhóm Các bạn trẻ đưa rất nhiều bộ phim lên trang web này, phần lớn phim do các thành viên câu lạc bộ tự sưu tầm (thường được tải từ nhiều trang mạng xem phim trực tuyến) Trang web của câu lạc bộ hoạt động với mục đích phi thương mại, không có quảng cáo Sau một năm hoạt động, câu lạc bộ này bị nhiều công ty kinh doanh điện ảnh với tư cách là chủ sở hữu của các bộ phim trên tố cáo đến các cơ quan chức năng là xâm phạm quyền tác giả và yêu cầu câu lạc bộ này chấm dứt việc đưa phim lên trang web trên và phải bồi thường thiệt hại

**Hãy cho biết trang web trên vi phạm điều khoản nào của Luật nào? Các thành viên của**

**trang web sẽ bị xử lý như thế nào theo điều khoản nào trong luật?**

**Giải**

**a). Hãy cho biết trang web trên vi phạm điều khoản nào của Luật nào?**

**Điều 20: Quyền tài sản**

**Khoản 1: Quyền tài sản bao gồm các quyền sau đây:**

a) Làm tác phẩm phái sinh;

b) Biểu diễn tác phẩm trước công chúng;

c) Sao chép tác phẩm;

d) Phân phối, nhập khẩu bản gốc hoặc bản sao tác phẩm;

đ) Truyền đạt tác phẩm đến công chúng bằng phương tiện hữu tuyến, vô tuyến, mạng thông tin điện tử hoặc bất kỳ phương tiện kỹ thuật nào khác;

e) Cho thuê bản gốc hoặc bản sao tác phẩm điện ảnh, chương trình máy tính.

**Của Luật Sở Hữu Trí Tuệ**

**b).** **Các thành viên của trang web sẽ bị xử lý như thế nào theo điều khoản nào trong luật?**

**Điều 211: Hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ bị xử phạt vi phạm hành chính**

**Khoản 1:** Tổ chức, cá nhân thực hiện một trong các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ sau đây bị xử phạt vi phạm hành chính:

**Mục a:** Xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ gây thiệt hại cho tác giả, chủ sở hữu, người tiêu dùng hoặc cho xã hội;

**Của Luật Sở Hữu Trí Tuệ**

* **Các thành viên của trang web sẽ bị xử lý theo**

**Điều 214:** Các hình thức xử phạt vi phạm hành chính và biện pháp khắc phục hậu quả

**Khoản 1:** Tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ quy định tại khoản 1 Điều 211 của Luật này bị buộc phải chấm dứt hành vi xâm phạm và bị áp dụng một trong các hình thức xử phạt chính sau đây:

**Mục a:** Cảnh cáo;

**Mục b:** Phạt tiền.