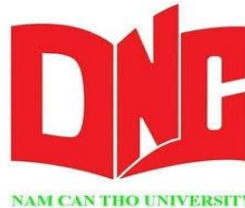


**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



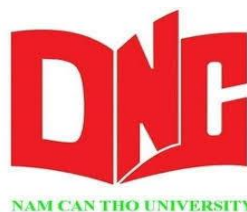
**THỊ HOÀNG OANH**

**PHÁP LUẬT VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO  
THƯƠNG MẠI TRÊN MẠNG INTERNET – THỰC TIỄN  
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN NGÀNH LUẬT KINH TẾ**

**CẦN THƠ, NĂM 2022**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**THỊ HOÀNG OANH**

**PHÁP LUẬT VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO  
THƯƠNG MẠI TRÊN MẠNG INTERNET – THỰC  
TIỄN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ**

Ngành: Luật kinh tế

Mã ngành: 20LLM-1A

**LUẬN VĂN THẠC SĨ NGÀNH LUẬT KINH TẾ**

Người hướng dẫn khoa học: GVC.TS. Nguyễn Thị Cẩm Hồng

**CẦN THƠ, NĂM 2022**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi cam đoan rằng, nội dung được trình bày trong luận văn “Pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet - thực tiễn thành phố Cần Thơ ” là công trình nghiên cứu khoa học do chính tác giả thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của Tiến sĩ Nguyễn Thị Cẩm Hồng và những tư vấn quý báu về chuyên môn của một số công chức cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo.

## MỤC LỤC

<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>1. Tính cấp thiết của đề tài .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Mục tiêu nghiên cứu.....</b>	<b>2</b>
<b>3. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan đến đề tài .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Phương pháp nghiên cứu.....</b>	<b>5</b>
<b>5. Phạm vi giới hạn đề tài .....</b>	<b>5</b>
<b>6. Đối tượng nghiên cứu của đề tài .....</b>	<b>6</b>
<b>7. Kết cấu luận văn.....</b>	<b>6</b>
<b>CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ PHÁP LUẬT VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRÊN MẠNG INTERNET.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Khái quát về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.1. Quảng cáo thương mại.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.2. Quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.2.1. Khái niệm quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.2.2. Phân loại quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.2.3. Đặc điểm của quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.2.4. Lợi ích của quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2.5. Hạn chế và rủi ro của quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2. Pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.1. Khái niệm pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.2. Đặc điểm của pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>22</b>
<b>1.2.3. Hệ thống văn bản pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>25</b>

<b>1.3. Khái quát quy định pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>27</b>
<b>1.3.1. Quy định về chủ thể của hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>27</b>
<b>1.3.2 Quy định về điều kiện đối với hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>30</b>
<b>1.3.3. Quy định về hợp đồng quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>32</b>
<b>1.3.4. Quy định về quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>34</b>
<b>1.3.5. Vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>37</b>
<b>Tiểu kết chương 1.....</b>	<b>40</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRÊN MẠNG INTERNET – THỰC TIỄN THỰC HIỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN.....</b>	<b>41</b>
<b>2.1. Thực trạng quy định pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet ở Việt Nam. ....</b>	<b>41</b>
<b>2.1.1. Thực trạng quy định về chủ thể của hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>41</b>
<b>2.1.2. Thực trạng quy định về điều kiện đối với hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>44</b>
<b>2.1.3 Thực trạng quy định về hợp đồng quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>47</b>
<b>2.1.4. Thực trạng quy định về quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>48</b>
<b>2.1.5. Thực trạng vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các quy định pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>51</b>

<b>2.1.6. Một số bất cập khác về quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet.....</b>	<b>54</b>
<b>2.2. Thực trạng thực hiện pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet trên địa bàn thành phố Cần Thơ từ năm 2017 đến năm 2021..</b>	<b>57</b>
<b>2.2.1. Kết quả đạt được.....</b>	<b>58</b>
<b>2.2.2. Thuận lợi .....</b>	<b>59</b>
<b>2.2.3. Khó khăn, hạn chế.....</b>	<b>60</b>
<b>2.2.4. Nguyên nhân .....</b>	<b>61</b>
<b>2.3. Giải pháp hoàn thiện các quy định pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet ở Việt Nam.....</b>	<b>67</b>
<b>2.3.1. Sự cần thiết hoàn thiện các quy định pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet. ....</b>	<b>67</b>
<b>2.3.2. Các giải pháp hoàn thiện quy định pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet .....</b>	<b>69</b>
<b>Tiểu kết chương 2.....</b>	<b>74</b>
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>76</b>

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

- QC: Quảng cáo
- QCTM: Quảng cáo thương mại
- OA(Online Advertising): Quảng cáo trực tuyến - Internet Advertising: Quảng cáo trực tuyến
- RSS (Really Simple Syndication): Đồng bộ hóa đơn giản
- SMS (Short Message Services): Dịch vụ nhắn tin ngắn
- MMS (Multimedia Messaging Services): Tin nhắn đa phương tiện
- SEM: Hình thức quảng cáo trực tuyến
- SEO (Search Engine Optimization): Là việc tối ưu hóa,
- PPC (Pay Per Click): Hình thức trả phí để website của mình hiển thị ở đầu kết quả tìm kiếm
- CPM (Cost Per Thousand): Hình thức tính giá với một mức giá cố định cho 1000 lần hiển thị quảng cáo.
- 3D (3-Dimension) – Kỹ thuật 3 chiều
- 4D (4-Dimension) – Kỹ thuật 4 chiều
- VHTTDL: Văn hóa thể thao và du lịch

## TÓM TẮT

Tên đề tài: “**Pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên mạng internet - thực tiễn trên địa bàn thành phố Cần Thơ**”

Chuyên ngành: **Luật Kinh tế**. Mã số: **200132**. Ngành: **Luật Kinh tế**.

Người hướng dẫn: **TS. Nguyễn Thị Cẩm Hồng - Trường đại học Nam Cần Thơ**

Tác giả: **Thị Hoàng Oanh**. Khóa học: **01** Niên khóa: **2020-2022**

**Giới thiệu:** Hoạt động thương mại điện tử hiện nay không ngừng phát triển, theo đó hoạt động QCTM trên mạng internet cũng ngày càng chiếm ưu thế nhiều hơn so với các hoạt động quảng cáo truyền thống. Hoạt động này có ảnh hưởng tích cực đến quá trình phát triển nền kinh tế, xã hội nhưng cũng còn những mặt tiêu cực, hạn chế. Do đó, việc hoàn thiện các quy định pháp luật về hoạt QCTM trên mạng internet có ý nghĩa quan trọng về lý luận và thực tiễn áp dụng.

**Mục tiêu:** Làm rõ các vấn đề lý luận và quy định pháp luật, đánh giá những bất cập trong quy định pháp luật và thực tiễn tại. Từ đó, đề xuất những kiến nghị nhằm hoàn thiện việc áp dụng pháp luật đối với hoạt QCTM trên mạng internet.

**Phương pháp:** Luận văn sử dụng phương pháp luận chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử của triết học Mác- Lênin, kết hợp với các phương pháp khác như: phân tích, tổng hợp, so sánh, chứng minh.

**Kết quả:** Kết quả nghiên cứu của luận văn này đưa ra những đề xuất góp phần hoàn thiện pháp luật về hoạt QCTM trên mạng internet, bao gồm: (1) Sửa đổi, bổ sung các quy định về hoạt QCTM trên mạng internet; (2) Bổ sung hoàn thiện cơ chế quản lý nhà nước trong hoạt động quản lý về QCTM trên mạng internet; (3) Bổ sung các biện pháp nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý đối với hoạt QCTM trên mạng internet; (4) Bổ sung quy định nhằm nâng cao hiệu quả xử lý vi phạm trong công tác quản lý hoạt QCTM trên mạng internet;

**Kết luận:** Luận văn này góp phần hoàn thiện các quy định pháp luật về hoạt QCTM trên mạng internet, tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý Nhà nước, hướng tới bảo vệ tốt hơn cho quyền lợi của người tiêu dùng, người dùng internet .

*Từ khóa:* Quảng cáo thương mại, Quảng cáo trên mạng internet, pháp luật về quảng cáo trực tuyến.