

# MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN VÀ PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM .....</b>	<b>6</b>
1.1. Quảng cáo thương mại .....	6
1.1.1. Khái niệm về quảng cáo và quảng cáo thương mại .....	6
1.1.2. Đặc điểm của quảng cáo thương mại .....	7
1.1.3. Vai trò của quảng cáo thương mại .....	8
1.2. Quảng cáo thương mại trực tuyến .....	9
1.2.1. Khái niệm quảng cáo thương mại trực tuyến .....	9
1.2.2. Phân loại quảng cáo thương mại trực tuyến .....	10
1.2.3. Đặc điểm của quảng cáo thương mại trực tuyến .....	14
1.2.4. Lợi ích của quảng cáo thương mại trực tuyến .....	15
1.2.5. Một số hạn chế của quảng cáo thương mại trực tuyến .....	17
1.3. Pháp luật về quảng cáo thương mại trực tuyến ở Việt Nam .....	18
1.3.1. Sự cần thiết của việc quản lý hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến bằng quy định pháp luật .....	18
1.3.2. Chủ thể quảng cáo thương mại trực tuyến .....	19
1.3.3. Điều kiện, thủ tục, thẩm quyền quản lý hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến .....	22
1.3.4. Các hành vi quảng cáo thương mại trực tuyến bị cấm .....	27
1.3.5. Hợp đồng quảng cáo thương mại trực tuyến .....	30
1.3.6. Trách nhiệm pháp lý của các chủ thể thực hiện hành vi quảng cáo thương mại trực tuyến .....	31

1.3.7. Xử lý hành vi vi phạm trong hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến .....	33
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 1 .....</b>	<b>36</b>
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN.....</b>	<b>37</b>
2.1. Thực trạng về quảng cáo thương mại trực tuyến ở Việt Nam hiện nay .....	37
2.1.1. Có quá nhiều văn bản quy định về quảng cáo thương mại nhưng không có quy định riêng và hướng dẫn chi tiết cho hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến.....	37
2.1.2. Quảng cáo quấy nhiễu người sử dụng internet vẫn tiếp tục tồn tại và đa dạng hơn về hình thức.....	38
2.1.3. Quảng cáo sai sự thật, không đúng công dụng của sản phẩm .....	40
2.1.4. Người thực hiện quảng cáo không hiểu rõ sản phẩm, không có hợp đồng rõ ràng .....	44
2.1.5. Lợi dụng quảng cáo thương mại trực tuyến để thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật khác .....	47
2.2. Nguyên nhân dẫn đến bất cập trong quảng cáo thương mại trực tuyến .....	52
2.3. Một số kiến nghị hoàn thiện quy định pháp luật và tăng cường hiệu quả hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến .....	56
2.3.1. Giải pháp về phía cơ quan Nhà nước.....	56
2.3.2. Giải pháp về phía chủ thể quảng cáo và chủ thể tham gia vào hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến .....	58
2.3.3. Giải pháp về phía người tiêu dùng.....	59
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 2 .....</b>	<b>61</b>
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>62</b>