

- (二)落實履約管理及驗收作業，嚴格執行工程品質管理外，並責由工程執行單位取得 ISO 認證，以達說寫做一致，避免發生採購錯誤態樣行為。
 - (三)加強採購人員教育訓練管考，並訂定「職務輪調通案性要點」，落實採購相關人員之職期輪調。
 - (四)建構完整採購風險管理系統表，結合外部專家學者參與運作，加速培育專責及專業採購稽核人員，以強化採購稽核功能。
- 二、至丁委員詢及臺鐵局招商機關過多且品項複雜，造成管理漏洞及防弊困難問題一節，查政府電子採購網，採購單位係依行政院研考會提供之機關組織架構建置，非依程序不得刪減或合併，且臺鐵局分支機構亦屬機關之定義，故政府電子採購網可查詢者，計有 51 個。另臺鐵局主要採購單位係該局材料處，分支機構大部分係辦理共同供應契約採購事項，爰此該局並非分散由各單位自行辦理招、決標。
- 三、針對異常政府採購案件，行政院工程會已於本年 3 月 4 日完成建置政府電子採購網「警示機制」，並依據警示資料內容及業務權責，以彈跳視窗或電子郵件等方式通知相關單位，另於機關端及民眾端分別建立警示報表及採購統計等專區，視需要公開相關統計資訊，供機關人員與民眾隨時查閱。又該會亦與法務部檢察司、廉政署共同組成「政府採購聯合稽核平臺」，於政府採購案進行之各階段作異常管理，整合兩部會現有查察作業、資訊分享與專業意見，進行防貪與肅貪工作。再者，與法務部廉政署共同辦理「公共工程反貪腐座談會」，本年度預計分赴北、中、南、東辦理 4 場。此外，該會亦透過採購稽核小組、施工查核小組，查察不法與施工品質情形。

(六十一) 行政院函送楊委員瓊瓔就現行大學同等學力規定無法提供吳寶春師傅報考 EMBA 案所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 102 年 4 月 15 日院臺專字第 1020021104 號)

(立法院函 編號：8-3-6-124)

楊委員就現行大學同等學力規定無法提供吳寶春師傅報考 EMBA 案所提質詢，經交據教育部查復如下：

- 一、依大學法第 23 條規定，取得學士學位，或具有同等學力，得修讀碩士學位。經初步瞭解多數國家的大學對於 EMBA 之報考資格雖要求應具學士學位，但對於招收企業主管或優秀創業人才亦有彈性作法，在經一定之嚴謹審核程序後，仍可同意報考。
- 二、爰此，為建構終身學習社會及因應國民升學與繼續進修需求，本部業邀集各方代表，依國際視野、制度彈性、學用密合及確保品質等原則，全面檢討並修正發布「入學大學同等學力認定標準」，有關增修重點說明如下：
 - (一)增訂技能檢定職類以乙級為最高級別者，取得乙級技術士證或相當於乙級之單一級技術士證後，從事相關工作經驗達 5 年以上，得以報考碩士班一年級新生入學考試【修正條文第 4 條】：在現行技能檢定職類級別中，設有甲級技術士證僅約三分之一，為利終身

學習，供有志於學之國民得繼續升學，習得知識，因此增列第 4 條第 6 款第 2 目規定，使技能檢定職類以乙級為最高級別者，若取得乙級技術士證或相當於乙級之單一級技術士證後，並具備五年以上相關工作經驗者，亦得以同等學力報考碩士班一年級新生入學考試。

(二)明定曾於大學校院擔任專業技術人員、於專科學校擔任專業及技術教師，或於職業學校擔任技術及專業教師，經大學校級招生委員會審議通過，得以同等學力報考學士班、二年制學士班或碩士班一年級新生入學考試【修正條文第 5 條】：曾於大學校院擔任專業技術人員、於專科學校擔任專業及技術教師，或於職業學校擔任技術及專業教師，除應符合規定資格條件外，其於聘任時業經學校嚴謹審查，顯見其在專業領域已具有一定資歷，基於鼓勵終身學習並回應國民升學及繼續進修需要，因此增訂其經大學校級招生委員會審議通過者，得以同等學力報考學士班、二年制學士班及碩士班一年級新生入學考試。

(三)增訂大學經本部核可後，就專業領域具卓越成就表現者，經校級招生委員會審議通過，得准其以同等學力報考學士班、二年制學士班或碩士班一年級新生入學考試【修正條文第 6 條】：因應終身學習及強化與國際接軌，以提升國家競爭力，參採國外作法，增訂就本部核可之大學，對於專業領域具卓越成就表現者，經校級招生委員會審議，得准其以同等學力報考學士班、二年制學士班及碩士班一年級新生入學考試。

(六十二) 行政院函送陳委員根德就「文化部首次推出『臺灣品牌團隊計畫』，透過政策扶植，協助臺灣演藝團隊在國際舞台上更吸睛，拓展臺灣文化品牌形象，同時發揮母雞帶小雞的效應，深入偏鄉開發藝術消費人口，未來希望更多民間企業襄助文化、參與文化，使『臺灣』就是國際矚目的『品牌』」問題所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 102 年 4 月 15 日院臺專字第 1020021099 號)

(立法院函 編號：8-3-6-119)

陳委員就「文化部首次推出『臺灣品牌團隊計畫』，透過政策扶植，協助臺灣演藝團隊在國際舞台上更吸睛，拓展臺灣文化品牌形象，同時發揮母雞帶小雞的效應，深入偏鄉開發藝術消費人口，未來希望更多民間企業襄助文化、參與文化，使『臺灣』就是國際矚目的『品牌』」問題所提質詢，經交據文化部查復如下：

一、有關陳委員關切「臺灣品牌團隊計畫」政策 1 節，謹就制定本項獎助優質團隊計畫緣由簡述如下：

(一)文化部自 98 年推行「演藝團隊分級獎助計畫」，依據表演藝術團體的規模及發展，分為「育成」、「發展」及「卓越」三級，依其差異給予不同協助。

(二)上述獎助計畫實施三年多以來，獲獎助團隊逐年增加，從 98 年獎助 87 團增加到 101 年