## Дано

Список рекламных блоков на месяц по заданному каналу вещания.

Для каждого рекламного блока дана следующая информация:

* BlockID – уникальный идентификатор блока
* ChannelId – уникальный идентификатор канала вещания
* ChannelName – название канала вещания
* BlockDateTime – дата и время выхода рекламного блока в эфир
* ProgramId – уникальный идентификатор передачи, в которой выходит рекламный блок
* ProgramName – название передачи, в которой выходит рекламный блок
* IsPrime – признак выхода рекламного блока в прайм-тайм
* AvailableSeconds – количество секунд, свободных в рекламном блоке для постановки
* BlockRate – рейтинг рекламного блока в баинговых рейтингах (рейтинг, по которой продаётся рекламный блок)
* TargetRate – рейтинг рекламного блока в целевых рейтингах (рейтинг, который определяет качество рекламного блока для нашей целевой аудитории)

Два ролика которые надо разместить на каналах:

* Clip1 – рекламный ролик хронометражом 30 секунд
* Clip2 – рекламный ролик хронометражом 30 секунд

Стоимость пункта рейтинга (поле BlockRate) на канале:

* Для рекламных блоков в прайм-тайм (IsPrime = 1) – 6 рублей
* Для рекламных блоков не в прайм-тайм (IsPrime = 0) – 3 рубля

## Задача

Реализовать на Python алгоритм, выбирающий рекламные блоки для размещения рекламных роликов Clip1 и Clip2 с учётом свободного места в рекламных блоках и максимизирующий сумму целевых рейтингов (поле TargetRate) выбранных блоков с учётом следующих ограничений:

* Ролик Clip1 должен быть размещён на 100 рейтингов (сумма по колонке BlockRate), причём 58-60% размещения (58-60 рейтингов) должно быть размещено в прайм-тайм (IsPrime = 1). Допустимое отклонение размещения по рейтингам ±2%.
* Ролик Clip2 должен быть размещён на 60 рейтингов (сумма по колонке BlockRate), причём 48-50% размещения (28.8-30 рейтингов) должно быть размещено в прайм-тайм (IsPrime = 1). Допустимое отклонение размещения по рейтингам ±2%.
* Общая сумма размещения по двум роликам должна быть равна 750 рублям. Допустимое отклонение бюджета в меньшую сторону – 5 рублей. В большую сторону отклонение недопустимо.
* Ролики должны быть максимально равномерно распределены по всему месяцу размещения.