**Шаг 1: Загрузка данных из базы данных**

* Подключаемся к базе данных "testcase.db" и загружаем данные из таблиц "costs" и "revenue".

**Шаг 2: Анализ данных и проверка гипотезы**

* Объединяем данные по кампаниям и датам.
* Рассчитываем ROAS (Return on Advertising Spend) на 60-й день для каждой кампании.
* Проверяем гипотезу о взаимосвязи между расходами (COST) и ROAS\_60.
* Визуализируем зависимость между расходами и ROAS\_60 с помощью графика.

**Шаг 3: Оптимизация суточного бюджета для максимизации прибыли**

* Рассчитываем прибыль для каждой рекламной кампании.
* Группируем данные по кампаниям для оптимизации суточного бюджета.
* Рассчитываем суточный бюджет и сумму изменения бюджета для каждой кампании.
* Выводим результаты в виде таблицы.

**Шаг 4: Заключение о коррекции бюджета рекламных кампаний**

* Даем рекомендации по коррекции бюджета для каждой кампании на основе суточного бюджета.
* Создаем DataFrame с рекомендациями и суммой изменения бюджета.
* Записываем рекомендации в базу данных "recommendations.db".
* Выводим рекомендации в виде таблицы.